المقدمة المنهجية للدراسة

أولاً : مصطلحات البحث .
ثانيًا : موضوع الدراسة وأهميته .
ثالثًا : الدراسات السابقة .
رابعًا : مشكلة الدراسة .
خامسًا : نوع البحث .
سادسًا : مجتمع البحث والعينات .
سابعًا : البيانات المطلوبة وأسلوب جمعها .
ثامنًا : تقسيمات الدراسة .

أولاً : مصطلحات الدراسة :

١- البرنامج الديني :

هو : « النشاط الإعلامي المتخصص في علوم الدين في إطار الإعلام العام الملتزم بالإسلام » [(١)] .

وقد ارتضى الباحث تعريفًا للبرامج الدينية في دراسته هو :

البرامج الدينية « هي كل نشاط إعلامي مرئي ومسجل وحيّ ؛ متخصص في الدين الإسلامي وقضاياه ، ومهتم بجوانب الحياة كافة ، عبر برنامج مخصص لتلك الأغراض » .

٢- القنوات التلفزيونية الفضائية:

إن مفهوم القناة التلفزيونية الفضائية عُرف من قبل بعض الباحثين بما يسمى البث المباشر ومن تعريفاته مايلي :

أ - البث التلفزيوني المباشر :

« إمكانية استقبال البث التلفزيوني مباشرة في المنازل من الأقمار وباستخدام أجهزة التلفزيون العادية » [(٢)] .

ب - المفهوم الفني للبث التلفزيوني المباشر :

« تلك الخدمة التي يتم فيها إرسال الإشارة التلفزيونية في النطاق الترددي (١٧,٣-١٧,٨) ألف ميجا هيرتز من قمر صناعي ذي قدرة إشعاعية عالية تصل (٦٢) ديسبل لغرض استلامها في النطاق الترددي (١٢,٢-١٢,٧) ألف ميجا هرتز ، وباستخدام محطات أرضية صغيرة يتراوح قطر هوائياتها بين (٢٠ , ٣٠) سنتمترًا ، ولكي يتم قيام هذا النظام لابد أساسًا من وجود قمر صناعي مخصص لهذا الغرض يغطي شعاعه منطقة جغرافية محددة هي حدود دولة واحدة أو مجموعة من الدول المتجاورة جغرافيًا » [(٣)] .

ومن هذا المنطلق فإن الباحث قد ارتضى تعريفًا إجرائيًا للقنوات التلفزيونية

---

(١) سعود دهلوي . **ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج** (الرياض : جهاز تلفزيون الخليج ، سنة ١٤٠٧هـ) ، ص٣ .

(٢) ابراهيم الدعيلج ، **البث المباشر الآثار والمواجهة تربويًا وإعلاميًا** ، ط ١ (مكة المكرمة : دار القبلة ، سنة ١٤١٥هـ) ، ص ٤٥ .

(٣) المرجع السابق ، ص ٤٥ .

الفضائية العربية الخاضعة للدراسة :

(هي قنوات التلفزيون الناطقة باللغة العربية والتي تبث إرسالها بوساطة القمر الصناعي العربي (عرب سات 2B) على المدى الترددي (KU) والمدى الترددي (C)) .

إذاً البرامج الدينية المتخصصة في قنوات التلفزيون الفضائية العربية هي :

« النشاط الإعلامي المتخصص في الدين الإسلامي في إطار برامج القنوات التلفزيونية الفضائية العربية والناطقة باللغة العربية التي تبُث عبر القمر الصناعي العربي (عرب سات) » .

طبيعة محتوى البرامج الدينية :

يقصد بطبيعة محتوى البرامج : أي أنواع البرامج الدينية وموضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

مستوى الإشباع :

يقصد به مدى اعتماد الجمهور السعودي والعربي على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

أنواع البرامج الدينية .

يقصد به في الدراسة : (تعليم القرآن الكريم ـ تفسير القرآن الكريم ـ السنة النبوية وتفسيرها ـ الفقه والفتاوي التربوية والاجتماعية ـ العلمية والثقافية ـ السير والتاريخ والشخصيات) .

ثانيًا : موضوع الدراسة وأهميته :

لقد أنعم الله – عز وجل – على أمة العرب بنعمة الإسلام الذي صنع تاريخها ، وأسس حضارتها التي انطلقت من الجزيرة العربية ، حاملة تعاليم الدين الإسلامي الحنيف إلى شتى أرجاء المعمورة ، وظل الدين المحفوظ بحفظ الله له هو الموجه الحقيقي لحركة الحياة في عالمنا العربي ، وخاصة في الجزيرة العربية ، ولكن جزيرة العرب أهملته ، وخاصة في العهود الإسلامية المتأخرة فانتشرت فيها البدع والخرافات ، وعادت إلى تحكيم العادات والأعراف حتى وفق الله الإمام المجدد الشيخ محمد بن عبد الوهاب إلى القيام بحركة إصلاحية ناصرها الأئمة من آل سعود أعادت العقيدة الصحيحة ، وثبتت جذور الدين في شتى أرجاء الجزيرة العربية (١) ، وأصبحت المملكة العربية السعودية في ظل مؤسسها الملك عبد العزيز – يرحمه الله – تحكم بشرع الله في جميع ميادين الحياة ابتداءً من التعليم وهو الجانب المهم في الحياة والذي أسس على المبدأ الإيماني ، (٢) إلى الإعلام الذي حث في المادة الأولى من سياسته على ضرورة الالتزام بالإسلام في كل مايصدر عنه ويحافظ على عقيدة سلف الأمة ويستبعد كل مايناقض شريعة الله (٣) .

وهكذا أصبح المجتمع السعودي وغيره من الوافدين من الأقطار العربية والإسلامية الذين يقيمون على أرضها يستقون تعاليمهم الدينية من مصادر مختلفة مثل: التعليم ، والندوات ، والمحاضرات ، والمساجد ، وغيرها ، وهي كلها مصادر موثوقة وأمينة ، إلا أنه في وقتنا الحاضر أصبح هناك مصدر آخر من مصادر تلقي المعلومات والمعرفة الدينية وهو «التلفزيون» ، فالتلفزيون أخذ انتشاراً واسعًا في هذه الحقبة بتعدد قنواته الفضائية ، وأصبح الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية يتعرض لمشاهدة برامج متنوعة من تلك القنوات الفضائية ، وخاصة العربية منها – والتي في أغلب الأحيان تقلد أنماطًا برامجية أجنبية – إضافة إلى مشاهدة برامج دينية مختلفة

---

(١) خير الدين الزركلي ، **شبه الجزيرة العربية في عهد الملك عبد العزيز** (بيروت : دار العلم ، سنة ١٩٩٢م) ص ٢٣ .

(٢) سليمان الحقيل ، **سياسة التعليم في المملكة العربية السعودية** ، ط٢ (الرياض : الفرزدق ، سنة ١٤٠٩هـ) ص١٦ .

(٣) محمد عبده يماني ، **السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية** (الرياض : مطابع الفرزدق ، سنة ١٤١٢هـ) ص٣ .

من الفضائيات العربية لم تكن في المستوى المطلوب ، فقنواتنا الفضائية لم تعطِ اهتمامًا كبيراً لجوهر الأمة وهو « الدين » بل اعتمدت على اللهو والتسلية إلى حد كبير (١) ، ولم تستخدم هذه التقنية الاستخدام الأمثل لخدمة الدين الإسلامي وأغراضه والدفاع بكل قوة عن قيمه ومكتسباته ، بل ولم تعِ المهام الرئيسة التي يفترض أن تقوم بها من خلال الاعتناء بالبرامج الدينية وإعطائها الاهتمام المناسب بين المواد المقدمة ، وخاصة في ظل تدفق قيم وتقاليد خارجة عن ديننا من أغلب القنوات الفضائية ، وفي ظل ضغط إعلامي وافد إلى عمق المنطقة العربية بل وإلى الشرق الأوسط بالذات، كما دلت الإحصاءات على ذلك(٢) ، الأمر الذي كان يستوجب معه قيام قنوات التلفزيون الفضائية العربية بمواجهة تلك التيارات الهدامة عن طريق تقديم برامج دينية مكثفة أكثر شمولية واهتمامًا بقضايا الأمة – كما شرعت بعض القنوات الفضائية في ذلك – (٣) لأن البرامج الدينية أثبتت أنها تحتل مرتبة مرموقة بين البرامج المفضلة لدى الجمهور (٤) .

ومن هنا رأى الباحث أهمية تقديم دراسة علمية عن واقع البرامج الدينية في بعض القنوات التلفزيونية الفضائية العربية لمعرفة قدرتها على نقل شمولية الدين ، ومدى التزامها بمصادر الدين الإسلامي الأساسية وعقيدة السلف الصالح ، ومن ثم التعرف على أوجه الكفاية والقصور في تغطيتها لجوانب الدين المختلفة ، بغية تقديم الحلول اللازمة لرفع كفاءة أدائها على المستوى المطلوب .

كما أن الباحث يرغب في معرفة مدى استخدام الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية التي يتعرض لها في ضوء نظرية إعلامية هي نظرية الاستخدامات والإشباعات (Uses and gratification) ، ومن ثم التعرف على جميع المظاهر المتعددة التي تكشف عن مدى التعرض والاهتمام من قبل الجمهور السعودي والعربي المشاهد لتلك البرامج الدينية .

---

(١) أحمد عبد الملك ، **توصيف عام للقنوات التلفزيونية الفضائية العربية** ، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام والمعلوماتية بمعهد الدراسات الدبلوماسية ، الرياض (سنة ١٩٩٥م) ، ص ٨ .

(٢) استناداً الى إحصائيات عام (١٩٨٥م) فإنه يوجد (١٥٠٠ محطة تلفزيونية دينية ، ١٤٠٠ إذاعة دينية ٩٠ ألف مذيع من القساوسة الانجيليين من الحركة التدبيرية – إعلام الكنائس – والمحور الأساس لعمل هذه الآلة الإعلامية هو المنطقة العربية ، انظر :

– محمد السماك ، « **الإعلام الديني في الشرق الأوسط** » مجلة الدراسات الإعلامية ، عدد ٦٦ ، القاهرة ، المركز العربي للدراسات العربية (سنة ١٩٩٢م) ، ص ٦٥ .

(٣) مثل قناة الشارقة الفضائية التي تبث أكثر من عشر ساعات برامج دينية يومياً .

(٤) أثبتت دراسة علمية أن البرامج الدينية احتلت المرتبة الثانية (بنسبة ٦٥٪ بعد المسلسلات) من بين البرامج المفضلة لدى الجمهور السعودي . انظر :

– سوسن نايف ، « **آراء المستمعين والمشاهدين بالبرامج الإذاعية والتلفزيونية** » ، مجلة البحوث ، بغداد ، عدد ٢٤ ، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين (سنة ١٩٨٥م) ، ص ٢٩ .

ثالثًا : الدراسات السابقة :

لاحظ الباحث أن الدراسات العلمية المتعلقة بالبرامج الدينية في التلفزيون ضئيلة جدًا ، بالإضافة إلى أن هناك دراسات علمية جاءت بجزئيات عن البرامج الدينية في التلفزيون ، لذا فالباحث سيعمد في عرضه للدراسات السابقة إلى تصنيفها وترتيبها بما يتفق مع موضوع دراسته ، إذ إن هناك دراسات خاصة بالبرامج الدينية في التلفزيون المحلي وبعض التلفزيونات الإقليمية ، وهناك دراسات خاصة بالبرامج الدينية جاءت ضمن دراسة شملت وسائل الإعلام الأخرى ، لذا قسّم الباحث الدراسات السابقة إلى قسمين هما :

أولاً : دراسات متعلقة بالبرامج الدينية في التلفزيون :

(١) برامج الأحاديث الدينية التلفازية(١) :

وهذه الدراسة تتعلق بالأحاديث والندوات الدينية فقط في تلفزيون المملكة العربية السعودية ، وقد اقتصرت على تحليل مضمون أربعة أحاديث دينية مباشرة ، وكذلك أربع ندوات دينية وجاءت أهم النتائج بما يلي :

أ – نتائج متعلقة بمقدم الحديث الديني :

وضعت الدراسة في البداية أسسًا عامة ينبغي مراعاتها في إعداد الحديث الديني ، ثم الصفات التي يجب توافرها في مقدم الحديث الديني وكذلك الأسلوب الإلقائي ، ثم سجلت الدراسة بعض الملاحظات السلبية في الإلقاء مع شرح لوسائل الإيضاح المستعملة والإخراج .

إن هذا الشكل الذي سوف يستخدمه الباحث عند دراسته للأحاديث الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية يركز فقط على المضمون الديني ، دون النظر إلى الأساليب الفنية الأخرى ، وذلك لتجنب النمطية من ناحية ، إضافة الى التعمق في مضمون الحديث الديني من حيث : نوع الموضوعات المقدمة ، ونوع الأفكار المتناولة في الموضوعات ، ومصادر الاستشهاد المستخدمة في المضمون الديني، ومدى موافقة ذلك مع كتاب الله وسنة نبيه – ﷺ – وعقيدة السلف الصالح .

---

(١) خالد علي أبو الخير ، **برامج الأحاديث الدينية التلفازية** ، ط١ (جدة : دار المجتمع للنشر ، سنة ١٤٠٩هـ) .

ب – نتائج متعلقة بالندوات الدينية :

تطرق البحث إلى دراسة الندوات الدينية من حيث الإعداد ، ثم الصفات الواجب توافرها أو مراعاتها في اختيار المشاركين للندوة ، ثم الأساليب الفنية المستخدمة في الندوات ، ثم قامت الدراسة بتسجيل ملاحظات سلبية وأخرى إيجابية على حسب الضوابط السابقة ، ومن هذه الملاحظات مايلي :

١– إقامة الندوة في مسرح يحضر فيه جمهور أعطى للندوة الكثير من الحيوية .

٢– قلة عدد الأسئلة في بعض الندوات الدينية أدى إلى أن تكون الندوة أقرب إلى شكل الحديث الديني .

٣– اتجاه الضيوف بحديثهم نحو آلة التصوير من أبرز السلبيات .

٤– وجود أسئلة من الجمهور كان له دور كبير في إنجاح الندوة .

٥– تطرقت بعض الندوات إلى موضوعات تتعدد فيها وجهات النظر ، لذا كان للنقاش دور كبير في إنجاح الندوة .

٦– وجود الأسئلة المركبة أو الطويلة أدى إلى إطالة الإجابة عنها .

وهذا الشكل من أشكال البرامج الدينية سوف يتناوله الباحث بنظرة أعمق لمضمونه الديني ، والموضوعات المتناولة فيه ، والأفكار المثارة في كل موضوع ، ومصادر الاستشهاد المستخدمة أي من زوايا أخرى ، إضافة إلى مدى استخدام الجمهور لهذا المضمون واستفادته منه ومدى موافقته لمصادر الدين الإسلامي والعقيدة الصحيحة . كما أن دراسة الباحث سوف تتناول البرامج الدينية في قنوات فضائية عربية ، وهذا ماسوف يختلف به الباحث في دراسته عن هذه الدراسة الخاصة بالتلفزيون المحلي .

(٢) البرامج الدينية المقدمة في تلفزيونات الخليج [١] :

وهذه دراسة وصفية على عينة من البرامج الدينية المقدمة في تلفزيون الإمارات ، والبحرين ، والمملكة العربية السعودية ، وعمان ، وقطر من خلال دورة برامجية من شهر أكتوبر إلى ديسمير من عام ١٩٨٦م .

---

(١) عبد القادر طاش ، وآخرون ، **البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج العربي** ، قسم الإعلام ، كلية الدعوة والإعلام ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض (سنة ١٩٨٦م) .

وقد استهدف البحث رسم صورة دقيقة للبرامج الدينية التي تقدمها تلفزيونات الخليج من حيث الموضوعات التي تتضمنها البرامج ، وكذلك الأشكال أو القوالب التي تقدم من خلالها المادة .

وقد قامت الدراسة بوصف مضمون البرامج الدينية وتحليلها ، التي يقدمها تلفزيون كل دولة خليجية من حيث : شكل البرنامج ، وأهدافه ، وأسلوب تقديمه ، والمدة المستغرقة لكل شكل ، وكذلك وسائل الإيضاح ، والمستويات اللغوية المستخدمة ، وأنواع وخبرات مقدمي البرامج الدينية ، وكذلك شملت الدراسة المعالجات الفنية لهذه البرامج من حيث الإخراج وغيره .

وقد اقتصر هذا البحث على وصف الظاهرة المدروسة من خلال تفصيل الموضوعات الرئيسة والفرعية المقدمة من التلفزيونات الخليجية عبر البرامج الدينية ، وسعت فيه الدراسة لوصف الممارسات الفعلية – عرض واقع البرامج الدينية المتخصصة – فقط ، ولم تتطرق إلى علاقات ارتباطية بين البرامج الدينية والجمهور المستخدم لها ، وهذا ماسيختلف عمّا سيدرسه الباحث .

كما أنها لم تضع معياراً للحكم على مضمون البرنامج الديني من حيث التزامه بالعقيدة الصحيحة ومنهج السلف الصالح .

كما أن الباحث أفاد من هذه الدراسة في تقسيم أنواع البرامج الدينية حسب المضمون الديني الذي سوف يوليه الاهتمام الأكبر ، إذ إن المضمون الذي ستتم دراسته يضيف جوانب جديدة لم تطرق من قبل على نحو ماذكر آنفاً .

(٣) البرامج الدينية في التلفزيون اليمني :

وصفت هذه الدراسة واقع البرامج الدينية في التلفزيون المحلي اليمني (القناة الأولى) وتعرفت الدراسة على آراء الجمهور اليمني تجاه البرامج الدينية فيه ، وجاءت أهم نتائج الدراسة بما يلي :

١-ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج الدينية حيث بلغت (٨٤٪) من إجمالي العينة .

٢- إن أفضل أنواع البرامج كانت برامج الفتاوى حيث جاءت بنسبة (٢١٪) ، بعدها برامج الندوات الدينية بنسبة (٢٠٪) .

٣- أظهرت الدراسة رغبات الجمهور في مشاهدة أفضل أشكال البرامج الدينية ، فقد جاءت الندوات بنسبة (٢٦٪) ، ثم الحديث المباشر بنسبة (١٩٪) .

٤- أظهرت الدراسة أيضاً أن (٤٢٪) من العينة يرون أن وقت إذاعة البرامج الدينية في التلفزيون اليمني المحلي غير مناسبة .[١]

إن هذه الدراسة تطرقت إلى دراسة واقع البرامج الدينية في تلفزيون محلي ، أما دراسة الباحث فقد تناولت دراسة واقع البرامج الدينية في بعض القنوات الفضائية العربية ، وشملت الدراسة أيضاً جمهوراً محليًا وعربيًا في المملكة العربية السعودية ، وهذا ماسيختلف فيه الباحث في دراسته عن هذه الدراسة .

٤- البرامج الإسلامية في تلفاز المملكة العربية السعودية[٢] .

تحدثت هذه الدراسة عن الدعوة الإسلامية والإعلام التلفازي والتيارات الإعلامية المعاصرة ضد الإسلام ، وضرورة وجود إعلام إسلامي مؤثر وفاعل ، كما ذكرت الدراسة صفة البرنامج الإسلامي التلفازي وسماته التي تميزه عن البرامج الأخرى ، كما تحدثت الدراسة عن البرامج الإسلامية المباشرة في التلفاز السعودي ، وقسمت الدراسة تلك البرامج إلى قسمين :

أولاً : البرامج التي تخدم القرآن الكريم .

ثانياً : البرامج التوجيهية الإسلامية الفردية وتنقسم إلى :

١ - برامج فردية دون صور مشاهدة .

٢ - برامج توجيهية بصور مشاهدة .

٣- برامج الندوات الإسلامية .

وتطرقت الدراسة للبرامج الإسلامية في المناسبات والترويح في المسلسلات والتمثيليات الدينية .

إن هذه الدراسة تناولت في مجملها البرامج الدينية في التلفزيون المحلي ، والباحث سوف يتطرق إلى دراسة البرامج الدينية في قنوات فضائية أوسع انتشاراً وجمهوراً من هذه الدراسة ، إلا أن هناك اتفاقًا بين هذه الدراسة ودراسة الباحث حول توجيه البرامج الدينية ، ومصادر ذلك التوجيه الإسلامي

---

(١) محمود عبد العزيز فرحان « **البرامج الدينية في التلفزيون اليمني واقعها وسبل تطويرها** » ، (رسالة ماجستير ، قسم الإعلام ، كلية الدعوة والاعلام ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض ، ١٤١٧هـ) .

(٢) أحمد حسن محمد أحمد ، « **البرامج الإسلامية في تلفاز المملكة العربية السعودية** » ، (رسالة ماجستير قسم الإعلام ، المعهد العالي للدعوة الإسلامية ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، د . ت) .

المرتكز على كتاب الله وسنة نبيه ﴿ﷺ﴾ واجتهادات السلف الصالح ، حيث إن الباحث قد وضع معيارًا ضابطًا للتوجيه في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

ثانيًا : دراسات متعلقة بجزئيات عن البرامج الدينية ضمن دراسات إعلامية وهي كما يلي :

(١) دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية[١] :

وقد اشتملت الدراسة على دور الاعلام الديني في تغيير قيم الأسرة ، وذلك في وسائل الإعلام التلفزيونية والإذاعية والصحفية ، ومسح الجمهور المشاهد لتلك الوسائل **وقد أسفرت الدراسة عن أهم النتائج الآتية** [١] :

أ - يوجد ارتباط بين الإعلام بوسائله المختلفة والتغيرات الاجتماعية التي تطرأ على قيم الأسرة في كل من الريف والحضر ، وأن الإعلام له دور في تغير قيم الأسرة الريفية والحضرية .

ب - استخلصت الباحثة نتائج تفيد أن التلفزيون احتل المرتبة الأولى في مشاهدة البرامج الدينية ، ثم الإذاعة ، ثم الصحف ، ثم الأفلام في ترسيخ قيم العمل والتعاون والاتجاه نحو التعليم .

جـ - استخلصت الباحثة أن ٨٨٪ من الجمهور المستهدف وافق على البرامج الإذاعية التي عالجت قضية التعصب ، فأكدت الدراسة أن ٧٤٪ موافقون على أن البرامج الدينية قد عالجتها مقابل ٢٦٪ لم يوافقوا ، وأنه كلما زاد ترسيخ التسامح زاد تخفيض التعصب .

د - استخلصت الباحثة أن حملة المؤهلات العليا أكثر تأثرًا بتصحيح الأفكار الخاطئة .

هـ - استخلصت الباحثة أنه كلما كانت الأسرة متمسكة بالقيم الدينية شب الأولاد أيضًا متمسكين ، وأنه كلما زاد سن المبحوثين قل الإقبال على البرامج الدينية ، وكلما قل سن المبحوثين زاد إقبالهم على مشاهدة البرامج الدينية .

---

(١) نوال عمر : « **دور الإعلام الديني في تغير بعض القيم في الأسرة الريفية والحضرية** » (رسالة دكتوراه ، مقدمة إلى كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، سنة ١٩٨٤م) .

إن هذه الدراسة تطرقت فيها الباحثة لكل وسيلة من وسائل الإعلام المختلفة ودور كل منها في التوجيه والإرشاد ، وأبرزت الإقناع والتأثير الديني للإعلام الديني في الجمهور ، وكان المجال الجغرافي لها هو جمهورية مصر العربية .

أما دراسة الباحث فسوف تركز على تحليل مضمون البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية ، ومدى استخدام الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية لها ، كما أن المجال البشري لدراسة الباحث أوسع من الدراسة السابقة .

(٢) دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه[١] :

استهدفت الدراسة التعرف على استخدام أفراد المجتمع السعودي لكل وسيلة من وسائل الإعلام الإليكترونية ، ودوافع هذا الاستخدام ، ومدى الإشباع الذي تحققه كل وسيلة لكل دافع من دوافع الاستخدام ، ولقد أجرت الدراسة مسح جمهور من المملكة العربية السعودية ، من الذين يستخدمون وسائل الاتصال الإليكترونية ، وجاءت أهم النتائج بالدراسة كالآتي :

أ – إن أفراد المجتمع السعودي يهتمون على نحو أكثر بالحاجات الدينية ، في حين يقل اهتمامهم بالحاجات الإعلامية وحاجات الترفيه .

ب – ارتفعت نسبة دوافع استخدام التلفاز عن بقية وسائل الإعلام الإليكترونية ، وأبرز دوافع استخدام التلفاز تنحصر بأنماط ودوافع البحث عن المعلومات والاستمتاع بالبرامج الجيدة والمناظر الجميلة ، في حين تتأخر عن ذلك دوافع الترفيه .

جـ– أظهرت النتائج أن المواد الدينية والعقدية والفكرية والفقهية هي أبرز المواد التي يحرص المبحوثون على متابعتها كثيراً عبر وسائل الاتصال .

د – بالنسبة لحجم الاستخدام من قبل الجمهور لوسائل الاتصال الإليكترونية فقد جاء التلفزيون في المقدمة ، كما أن التلفزيون يحظى بأكبر قدر من الوقت الذي يقضيه المبحوثون في استخدامه كل يوم .

---

(١) مساعد المحيا ، « **دوافع استخدام وسائل الاتصال الإليكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه** » (رسالة دكتوراه ، قسم الإعلام ، كلية الدعوة والإعلام ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض ، سنة ١٩٩٤م) .

هـ – أظهرت نتائج الدراسة تبايناً في أنواع دوافع ازدياد استخدام المبحوثين لكل وسيلة ، إذ تبين أن كثرة المواد الإسلامية الموجودة وتنوعها هو ما يدفع المبحوثين لاستخدام مسجل الصوت ، أما التلفاز فكان أبرز دافع لازدياد استخدامه هو تطوير برامجه وتحسينها إضافة إلى تعدد قنواته .

و – بالنسبة لإشباعات وسائل الاتصال الإليكترونية فقد أبرزت النتائج أن إشباعات الراديو والتلفزيون تشمل الدوافع الدينية والعلمية والشعور بالانتماء إلى المجتمع المسلم ثم الدوافع الإعلامية .

ي– إن التلفاز يتميز فيه الذكور عن الإناث في حرصهم على استخدامه بدافع الاهتمام بأمور المسلمين ، والتفاعل مع قضايا المجتمع ، والرغبة في تطوير المستوى الاجتماعي، والتعرف على مجريات الأحداث في المملكة العربية السعودية .

وهنا اقتصر الباحث في هذا العرض على أهم النتائج المتعلقة بالتلفزيون والشؤون الدينية ، ولم يتطرق إلى عرض النتائج الكثيرة في الدراسة لأن معظم النتائج تختلف عمّا سيدرسه الباحث ، إذ إن الباحث سيتناول في بحثه استخدام الجمهور السعودي والعربي – مجال بشري أوسع – المشاهد للبرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية دون وسائل الاتصال الأخرى .

رابعًا : مشكلة الدراسة :

١ – الإحساس بالمشكلة :

كانت فكرة استخدام الأقمار الصناعية في بث قنوات تلفزيونية عربية عليها أمرًا ضروريًا لمواجهة التدفق الإعلامي والبث المباشر الأجنبي على منطقتنا العربية ، ونأمل من هذه القنوات العربية أن تقي هذه المنطقة من آثار الإنتاج الوافد والقيم الخارجة عن ديننا وعرفنا [(١)] لذلك شرعت القنوات الفضائية العربية في بث برامجها المتنوعة ، ولم تغفل تلك القنوات الفضائية العربية أن تقدم برامج دينية على خرائط برامجها اليومية ، ولكن الحيز الذي تشغله على خريطة البرامج اليومية ضئيل جدًا في مقابل الأنواع الأخرى من البرامج ، وذلك الأمر لايشغل بالنا فالوقت المخصص للبرامج الدينية ليس هو المشكلة ، ولكن المشكلة تنحصر فيما تقدمه من مواد دينية في القنوات الفضائية العربية ، وما مضمونها ؟ وكيف تقدم ؟ وما مدى إقبال الجمهور عليها ؟ .

إن الباحث يرى أن البرامج الدينية المتخصصة لها أهمية كبيرة لدى الجمهور، كما دلت بعض الدراسات الميدانية على ارتفاع نسبة المشاهدة لها [(٢)] ، وأيضًا يرى الباحث قلة الدراسات العلمية [(٣)] التي تناولت البرامج الدينية في التلفزيون عامة ، وانعدام الدراسات الخاصة بالبرامج الدينية في القنوات الفضائية ، لذا كانت هناك حاجة ماسة إلى تقديم دراسة علمية جديدة تستفيد من أدبيات الدراسات السابقة في هذا المجال وتعالج بعض النقص والقصور فيها .

إن الإحساس بمشكلة الدراسة عند الباحث أفرزتها ملاحظته بعد دراسة استكشافية قام بها على هيكل البرامج في قنوات التلفزيون الفضائية العربية ، أدرك من خلالها أن معظم تلك البرامج المتنوعة خارجة عن تعاليم ديننا وبها قيم وعادات

---

(١) حمود البدر ، **القنوات الفضائية إيجابيات مشاهدتها وسلبياتها** ، بحث مقدم إلى ندوات الإعلام والمعلوماتية بمعهد الدراسات الدبلوماسية (الرياض : سنة ١٤١٦هـ) ص ١ .

(٢) انظر : سوسن نايف ، مرجع سابق ، ص ٣٩ .

(٣) أثبتت إحصاءات البحوث الميدانية التي جرت حسب مضامين الاتصال أن البرامج الدينية مثلت (٣٪) من مجموع البحوث وهذا رقم يدل على قلة الدراسات فيها انظر :

أ– نواف عدوان ، « **بحوث المستمعين والمشاهدين** » مجلة البحوث بغداد ، عدد ٢٢ ، المركز العربي للبحوث (سنة ١٩٨٨م) ص ٥ .

ب– قام الباحث في هذا المجال بفحص (١٢٤) دراسة متعلقة بالإذاعة والتلفزيون في مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية ولم يجد ما يتعلق بالبرامج الدينية في التلفزيون ولكن هناك دراسات عديدة في مجال الإعلام الديني سيستفيد منها الباحث في الدراسة إضافة إلى فحص الدراسات المتعلقة بالبرامج الدينية في الأقسام الإعلامية في الجامعات والتي حصل منها الباحث على دراسات في هذا المجال هي ضمن الدراسات السابقة في البحث .

وافدة ، إضافة إلى ذلك هناك كم من البرامج الدينية في الفضائيات العربية افتقد إلى التخطيط البرامجي الجيد ومن هنا تأتي أهمية إجراء دراسة عن واقع البرامج الدينية في الفضائيات العربية تهدف إلى تقديم دلالات إحصائية توضح معالمها ، ومدى سلامة مضمونها الديني ، ومدى إقبال الجمهور عليها وحجم استخدامه لها ، وتفضيلها على نظيراتها في التلفزيون المحلي ، والإشباعات التي يمكن أن تحققها لدى الجمهور المشاهد لها ، وهذا الرصد الدقيق والعلمي الذي سيقوم به الباحث – بعون الله – لواقع البرامج الدينية المتخصصة في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية على وجه الخصوص ، هو محاولة للتوصل إلى نتائج علمية تسهم في رفع كفاءة أدائها .

كما إن هذه الدراسة ستهتم – بعون الله تعالى – بالكشف عن قيم البرامج الدينية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية ، ومدى خلوها من الأفكار البدعية الوافدة التي يمكن أن تقدم باسم الدين في بعض البرامج الدينية الفضائية من ناحية أخرى .

ب – تحديد مشكلة الدراسة :

دلت المؤشرات السابقة لعرض الفكرة ومسح الدراسات السابقة المتعلقة بالبرامج الدينية في التلفزيون على قلة وجود دراسات استخدمت في مجال البرامج الدينية ، بل إن الجزئيات الموجودة في بعض الدراسات غير كافية ، وحيث إن المعلومات المتاحة حول طبيعة استخدام الجمهور في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ؛ وما يشمل ذلك من دوافع ومظاهر استخدام وأيضًا إشباعات البرامج الدينية غير واضحة المعالم ، فقد أصبح من الضروري دراسة هذه المشكلة في إطار المحددات الآتية :

١- التعرف على محتوى البرامج الدينية المتخصصة في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية ، وسوف يتم ذلك من خلال الآتي :

أ – تحليل المحتوى من حيث نوع البرنامج الديني ، وموضوعاته ، والقضايا المثارة فيه ، وشكله الفني الذي قدم من خلاله ، والمدة المستغرقة للشكل ، وأهداف البرنامج الديني .

ب – تطوير معيار للحكم على مضمون البرامج الدينية من حيث التزام المادة بهدي الكتاب والسنة وفهم السلف الصالح ، فما وافق ذلك فهو إيجابي ، وما بعد عنه فهو سلبي .

٢- التعرف على طبيعة الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية المشاهد للبرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية ، ويشمل ذلك معرفة الآتي :

أ - حجم استخدام الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية المتخصصة في القنوات التلفزيونية العربية .

ب - دوافع استخدام الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية المتخصصة في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية .

ج - علاقة استخدام الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية المتخصصة بالسمات العامة له . (١) .

د - العلاقة بين حجم الاستخدام وطبيعة محتوى البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية (٢) .

٣- معرفة مدى الإشباع الذي تحققه البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية ويشمل ذلك معرفة الآتي :

أ - مانوع الإشباع الأكثر استخداماً في البرامج الدينية المتخصصة . (٣) ؟

بـ - ما مدى حرص الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية على هذه الإشباعات ؟

جـ - معرفة العلاقة بين مستوى الإشباع (٤) والسمات العامة للجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية .

د - العلاقة بين إشباعات البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية - حاجات الجمهور السعودي والعربي - في المملكة العربية السعودية المشاهد لها والسمات العامة .

هـ - معرفة مدى إفادة الجمهور المستخدم للبرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية من إشباعات المحتوى .

---

(١) السمات العامة : (أي النوع ، والجنس والعمر ، والحالة التعليمية ، والحالة الاقتصادية) حيث إن هذه السمات هي الشائعة في دراسة الجمهور انظر :

- محمد عبد الحميد ، **دراسة الجمهور في بحوث الإعلام** ، ط ١ (مكة المكرمة : مكتبة الفيصلية ، سنة ١٩٨٧م) ص٤٢ .

(٢) يقصد بطبيعة المحتوى : أي أنواع البرامج الدينية ، والموضوعات المتناولة في البرامج الدينية .

(٣) نوع الإشباع : (فكري ، دعوي ، فتاوى) .

(٤) مستوى الإشباع : (مدى اعتماد المشاهد على فتاوى البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية) .

جـ - تساؤلات الدراسة :

نظراً لما تسعى الدراسة للوصول إليه في ضوء ماحدد لها ، وفي ضوء المعلومات السابقة ، فإن هذا البحث يسعى للإجابة عن التساؤلات الآتية :

(١)أسئلة متعلقة بمحتوى البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية :

أ - ما أهداف البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية ؟

بـ - ماأنواع البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية ؟

جـ - ما القضايا والموضوعات المقدمة من البرامج الدينية المتخصصة في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية ؟

د - ما الأفكار المثارة في القضايا والموضوعات المقدمة من البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية . (١)

م - ما مصادر الاستشهاد المستخدمة في البرامج الدينية المتخصصة في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية ؟

ل - ما اتجاهات القضايا والموضوعات المقدمة في البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية بالنسبة للمعيار الذي اختطه الباحث لنفسه في المنهج ؟

هـ - ما الأشكال الفنية في البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية ؟

و - ما المدة المستغرقة لكل شكل في البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية ؟

ى - ما العلاقات الإرتباطية بين محتوى البرامج الدينية .

(٢)أسئلة متعلقة بجمهور البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية :

أ - حجم استخدام الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية ؟

---

(١) يقصد بأنواع المواد المقدمة أي : تقسيم تلك البرامج إلى خمسة أنواع هي : (برامج تفسير القرآن الكريم ، برامج تفسير السنة ، برامج الفقه والفتاوى ، برامج تربوية واجتماعية ، برامج ثقافية) .
وقد استعار الباحث هذا التقسيم من دراسة سابقة على البرامج الدينية انظر :
- عبد القادر طاش ، وآخرون ، مرجع سابق ، ص ٣٤ .

(١) ما حجم استخدام الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية المتخصصة ؟

(٢) ما القنوات الفضائية العربية الأكثر مشاهدة لبرامجها الدينية ؟

(٣) ما مدى حرص الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية على متابعة البرامج الدينية المتخصصة في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية ؟

(٤) ما عادات وأنماط مشاهدة الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية ؟

(٥) ما العلاقة بين حجم استخدام الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية المتخصصة وبين السمات العامة له ؟

(٦) ما العلاقة بين حجم الاستخدام وطبيعة محتوى البرامج الدينية المتخصصة ؟

ب – دوافع استخدام الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية المتخصصة .

(١) ما دوافع استخدام الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية ؟

(٣) إشباعات البرامج الدينية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية :

أ – مانوع الإشباع الأكثر استخدامًا في البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية ؟

ب – ما مدى حرص الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية على هذه الإشباعات ؟

جـ– ما العلاقة بين مستوى الإشباع والسمات العامة للجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية ؟

د – ما حاجات الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية

المطلوبة من البرامج الدينية المتخصصة ؟ وما علاقتها بالإشباعات المتحققة ؟

هـ- ما مدى إفادة الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية من محتوى البرامج الدينية المتخصصة ؟ ، ويشمل ذلك تساؤلات فرعية هي :

أ - ما مدى اعتماد الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية المستخدم للبرامج الدينية المتخصصة على الفتاوى التي تطرحها هذه البرامج في القنوات الفضائية ؟

ب - ما مدى إشباع البرامج الدينية للجمهور المستخدم لها في القنوات الفضائية العربية ؟

خامساً : نوع البحث ومنهجه :

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية ، حيث يستهدف وصف طبيعة استخدام الجمهور السعودي والعربي للبرامج الدينية ، ومظاهر ذلك الاستخدام الخاص بمعرفة حجم الاستخدام ودرجات التفضيل والاهتمام والرضا والإشباع وتحديد دوافع الجمهور السعودي والعربي للبرامج الدينية وحاجاتهم ، كما يستهدف البحث أيضاً إلى تحليل مضمون البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية وقوالبها ودراسة الحقائق المتعلقة بها بهدف الحصول على بيانات كافية ودقيقة لوصف واقعها . (١).والمنهج المستخدم في هذا البحث هو المنهج المسحي بأسلوبي: الاستقصاء في الدراسة الميدانية ، وتحليل المحتوى في الدراسة التحليلية .

سادساً : مجتمع الدراسة والعينات :

إن مجتمع الدراسة سوف يكون – بعون الله – على النحو الآتي :

١- البرامج الدينية المتخصصة في قنوات التلفزيون الفضائية العربية عينة الدراسة ، وتشمل أشكالها أو قوالبها الفنية والزمنية ، والمواد المصاحبة للشكل ، وكذلك كل مايتعلق بمضمونها من موضوعات أو أفكار واتجاهات ، وأهداف ، والمصادر المستخدمة في الاستشهاد (٢) .

٢- جمهور القنوات الفضائية العربية :

إن الجمهور الخاضع للدراسة بعون الله تعالى هو جمهور سعودي وعربي من المملكة العربية السعودية ؛ والذي يمتلك أطباقاً هوائية خاصة بالتقاط قنوات الفضاء التلفزيونية العربية فقط ، مع استبعاد الجمهور العرضي . وسيكون الجمهور المختار – بمشيئة الله تعالى – من ثلاث مناطق هي : [منطقة الرياض ، ومنطقة جدة ، ومنطقة الدمام] (٣)

---

(١) انظر :

– صالح العساف ، **المدخل الى البحث في العلوم السلوكية** (الرياض : العبيكان ، سنة ١٤٠٩هـ) ، ص ١٨٢ .

– محمد عبد الحميد ، **دراسة الجمهور في وسائل الإعلام** ، مرجع سابق ، ص ١٢١ .

(٢) انظر : إجراءات الدراسة التحليلية ص (١٣٠) .

(٣) انظر : إجراءات الدراسة الميدانية ص (١٧٨) .

أما العينات فهي على النحو الآتي :

(١) عينة البرامج الدينية :

سوف يستخدم الباحث - بإذن الله تعالى - أسلوب الدورة (Rotation) وبناء فترة صناعية لمدة شهر كامل بالنسبة للقنوات الخاضعة للدراسة وهي : (قناة الشارقة الفضائية ، وتلفزيون الأردن الفضائي ، وتلفزيون العرب القناة العامة (ART) ، وتلفزيون الشرق الأوسط (MBC) بمعدل شهر لكل قناة تلفزيونية ؛ يتم اختيار وبناء ذلك الشهر من فترة تمتد إلى سبعة أشهر ضمن دورتين تلفزيونيتين ؛ أي نختار السبت من الأسبوع الأول ثم الأحد من الأسبوع الثاني ، وهكذا بالنسبة للقناة ولمدة سبعة أشهر لتكوين شهر صناعي من كل قناة من القنوات الخاضعة للدراسة من دورتين تلفزيونيتين ، واختار الباحث الشهر الصناعي من بداية شهر محرم ١٤١٩/١/١هـ ولمدة سبعة أشهر؛ وذلك لخلو الدورات فيها من مواسم دينية تكثف فيها البرامج الدينية وتنحصر جهودها على تلك الفترة مثل (رمضان والحج) .

وسبب اختيار هذه القنوات للدراسة هو أن الباحث قام بدراسة استكشافية على البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لمدة شهر كامل ، اختار على أثرها تلك القنوات لإخضاعها للدراسة وذلك على حسب حجم البرامج الدينية الأسبوعية فيها ، فقد وجد الباحث الآتي :

(أ) ينفرد تلفزيون الشارقة الفضائي بأكبر حجم من البرامج الدينية في فترة البث الديني والتي تصل إلى أكثر من عشر ساعات في اليوم الواحد بلغات عربية وإنجليزية وأوردية .

(ب) هناك مجموعة قنوات تلفزيونية عربية فضائية تساوت تقريبًا في حجم البرامج الدينية الأسبوعية فيها وهي : (تلفزيون الإمارات العربية الفضائي - تلفزيون الأردن الفضائي - تلفزيون دبي الفضائي - تلفزيون السودان الفضائي) .
وقد اختار الباحث تلفزيون الأردن الفضائي الرسمي من هذه المجموعة .

(جـ) هناك مجموعة قنوات تلفزيونية عربية فضائية تقارب فيها حجم البرامج الدينية في الأسبوع وهي : (تلفزيون العرب (ART) القناة العامة - تلفزيون اليمن الفضائي - تلفزيون عمان الفضائي - تلفزيون البحرين الفضائي) ،
وقد اختار الباحث من هذه المجموعة تلفزيون العرب القناة العامة .

(د) جاء ت قنوات التلفزيون العربية الفضائية وهي : (الفضائية المصرية – تلفزيون الجزيرة الفضائي – تلفزيون الشرق الأوسط (M.B.C) – تلفزيون الكويت – تلفزيون المغرب الفضائي) بنفس حجم البرامج الدينية الأسبوعية ، وقد اختار الباحث تلفزيون الشرق الأوسط (M.B.C) وهي قناة تلفزيونية تجارية من هذه المجموعة .

(هـ) تأتي في المرتبة الأخيرة القنوات التلفزيونية الآتية : (تلفزيون المستقبل – تلفزيون سوريا الفضائي – تلفزيون لبنان (L.B.C)) وغيرها .

ولم يأخذ الباحث من هذه القنوات شيئًا لانعدام وجود برامج دينية فيها عدا نقل صلاة الجمعة والافتتاح بالقرآن الكريم ؛ وهي خارج نطاق الأشكال البرامجية الخاضعة للدراسة .

(٢) عينة الجمهور السعودي والعربي :

سيقوم الباحث – بإذن الله تعالى – بالمسح باستخدام العينة [١] .

والعينة التي تستخدم – بعون الله تعالى – هي (العينة الطبقية) التي يقسم فيها أفراد المجتمع المدروس إلى فئات طبقًا لمستويات (السن – الجنس – المستوى التعليمي – المستوى المعيشي) وذلك لمعرفة القطاعات الأكثر استخداماً للبرامج الدينية ، والقطاعات الأقل استخداماً لها ؛ للخروج بدراسة ترشد إلى أماكن الخلل في الاستخدام ، وتوجه الجهود إلى مراعاة القطاعات الأخرى من المجتمع والتي تحتاج إلى توعية دينية لتحقيق التوازن ، فالبحوث في هذا الجانب يناسبها اختيار العينة الطبقية ، وسوف يكون حجم العينة – بعون الله تعالى – (٦٠٠) عينة موزعة على المدن الآتية : (الدمام – الرياض –جدة) [٢] وتشمل العينة الجمهور السعودي والعربي في المملكة بين موظفي وموظفات المؤسسات الحكومية والشركات والمؤسسات الخاصة بالنسبة للجمهور السعودي والعربي داخل المملكة ، وذلك لتحمل مسؤولية الرأي على أن لايقل أعمار أفراد العينة عن (١٨) عاماً .

---

(١) مليحة مسعود « **ضرورة استخدام العينات في بحوث المستمعين والمشاهدين** » مجلة البحوث ، بغداد . عدد (٢٦) ، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين (سنة ١٩٨٩م) ص ١٧ .

(٢) انظر تفصيلاً في الدراسة الميدانية ص (١٦١) .

سابعًا : أسلوب جمع البيانات المطلوبة للدراسة :

١- المعلومات المتصلة بالجانب النظري :

وهي التي تساعد على إكمال بناء البحث ، وتعطي خلفية متكاملة له تساعد على تفسير بعض النتائج ، وتدلل على الوجود التاريخي للبث المباشر والحضور المعاصر لمشكلة البحث ، وهي تشمل النشأة والتطور التلفزيوني المباشر والقنوات التلفزيونية الفضائية العربية ، وكذلك المعلومات الخاصة بالبرامج الدينية في الفضائيات العربية بأنواعها وأهدافها ومعلومات حول الاستخدامات والإشباعات ومفهومها في ضوء نظرية الاستخدام والإشباع .

ويتم جمع تلك المعلومات عن طريق مسح الباحث للإنتاج العلمي المكتبي من رسائل علمية وكتب ومجلات وندوات علمية وغيرها وكل مايخص الجانب النظري .

٢- المعلومات المتصلة بالدراسة الميدانية والتحليلية :

وهي التي تمّ الحصول عليها ميدانيًا من عينة مجتمع البحث حول جميع التساؤلات التي يسعى البحث إلى الإجابة عنها سواء في تحليل مضمون البرامج الدينية ، أو باستخدام الجمهور لها ، وفي سبيل الحصول على ذلك استخدم الباحث استبيانًا أو استمارة تحليل كأداة يتم من خلالها تفريغ البيانات والمعلومات من الأشرطة المسجلة من القنوات التلفزيونية والتي تتضمن مجموعة البرامج الدينية ، وتحتوي هذه الاستمارة على مجموعة فئات تتناسب مع التساؤلات التي يسعى البحث للإجابة عنها ؛ وذلك بعد تحكيمها من قبل الخبراء في الأقسام العلمية للإعلام في جامعات المملكة .

كما قام الباحث - بعون الله تعالى - بتصميم (استبانة) لمعرفة مدى استخدام الجمهور للبرامج الدينية ، ويحتوي «الاستبيان» على مجموعة من الأسئلة الرئيسة والفرعية والتي تتناسب مع تساؤلات الدراسة بالنسبة للجمهور والتي تم تحكيمها من قبل خبراء في أقسام الإعلام بجامعات المملكة .

تحليل النتائج وتفسيرها وإيجاد العلاقات الارتباطية بين تساؤلات الدراسة :

حيث قام الباحث بتسجيل المعلومات الكمية من استمارتي الدراسة الميدانية والتحليلية ومراجعتها ، ومن ثم إدخالها في الحاسب ومعالجتها إحصائياً وفق برنامج الحزم الإحصائية ، ومن ثم تفريغها في جداول تفريغ البيانات لاستخراج النتائج بصورة وصفية كمية منتظمة ، ثم بعد ذلك ناقش الباحث نتائج الدراسة ، وفسر العلاقات الارتباطية بين متغيراتها باستخدام معامل الارتباط « بيرسون » في الدراسة التحليلية ، ومعامل الارتباط « سبيرمان » في الدراسة الميدانية .

ثامنًا : تقسيم الدراسة :

تنقسم الدراسة إلى مقدمة وبابين رئيسين وهما :

المقدمة المنهجية للدراسة :

١- مصطلحات البحث .

٢- موضوع الدراسة وأهميته .

٣- الدراسات السابقة .

٤- مشكلة الدراسة .

أ - الإحساس بالمشكلة .

ب - تحديد مشكلة الدراسة .

جـ- تساؤلات الدراسة .

٥- نوع البحث .

٦- مجتمع البحث والعينات .

٧- البيانات المطلوبة وأدوات جمعها .

٨- تقسيمات الدراسة .

الباب الأول : الإطار النظري للدراسة .

الفصل الأول : قنوات التلفزيون الفضائية العربية .

المبحث الأول : نشأتها وتطورها .

المبحث الثاني: برامج القنوات الفضائية العربية .

الفصل الثاني : البرامج الدينية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية .

المبحث الأول : أهمية البرامج الدينية وأغراضها .

المبحث الثاني: أهداف البرامج الدينية .

المبحث الثالث:أنواع البرامج الدينية .

المبحث الرابع: البرامج الدينية التوجيهية في التلفزيون .

الفصل الثالث : نظرية الاستخدامات والإشباعات في الاتصال الجماهيري .

المبحث الأول : مفهوم بحوث الاستخدام والإشباع .

المبحث الثاني : تطور بحوث الاستخدام والإشباع .

المبحث الثالث : دوافع استخدام وسائل الاتصال الجماهيري .

الباب الثاني : الدراستان : التحليلية والميدانية .

الفصل الأول : نتائج الدراسة التحليلية .

المبحث الأول : مضمون البرامج الدينية المتخصصة .

* أنواع البرامج الدينية المتخصصة .
* موضوعات البرامج الدينية المتخصصة .
* الأفكار الدينية المثارة في موضوعات البرامج الدينية المتخصصة .
* مصادر الاستشهاد في البرامج الدينية المتخصصة .
* اتجاه الموضوعات في البرامج الدينية المتخصصة .
* أهداف البرامج الدينية المتخصصة .

المبحث الثاني : أشكال البرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية .

الفصل الثاني : نتائج الدراسة الميدانية .

المبحث الأول : حجم جمهور البرامج الدينية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية .

المبحث الثاني : دوافع استخدام الجمهور السعودي والعربي للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

المبحث الثالث : إشباعات البرامج الدينية للجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية .

الفصل الثالث : تقويم نتائج الدراستين : الميدانية والتحليلية .

المبحث الأول : تقويم نتائج الدراسة التحليلية .

المبحث الثاني : تقويم نتائج الدراسة الميدانية .

المبحث الثالث : العلاقات الارتباطية للدراستين : التحليلية والميدانية .

– الخاتمة : ملخص نتائج البحث والتوصيات .

– الملاحق .

الباب الأول
الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول : القنوات التلفزيونية الفضائية العربية .

الفصل الثاني : البرامج الدينية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية .

الفصل الثالث : نظرية الاستخدامات والإشباع في الاتصال الجماهيري .

الفصل الأول

القنوات التلفزيونية الفضائية العربية

المبحث الأول : نشأة القنوات التلفزيونية الفضائية العربية وتطورها.

المبحث الثاني : برامج القنوات التلفزيونية الفضائية العربية .

المبحث الأول

نشـأة

القنوات التلفزيونية الفضائية العربية وتطورها

المطلـب الأول : نشـأة قناة الأردن الفضائية .

المطلب الثاني : نشـأة قناة الشارقة الفضائية .

المطلب الثالث : نشـأة قناة المنوعات في تلفزيون العرب الفضائي .

المطلب الرابع : نشـأة قناة الشرق الأوسط الفضائية .

تمهيد :

يعد التبادل البرامجي بين هيئات التيلفزيون العربية هو نقطة البداية ، والمرحلة التي قادت إلى إنشاء قنوات تليفزيون فضائية عربية ، فقد بدأ تبادل البرامج التلفزيونية بين هيئات التلفزيون العربية منذ عام ١٩٦٩م ، وكان ذلك التبادل قاصراً على مواد محدودة ، كما أنه لم يكن منتظماً وانحصر أساساً في الدول التي بينها علاقات سياسية وثيقة ، أو اتفاقيات إعلامية ثنائية [١] وبذلك أصبح المشاهد العربي يستطيع أن يرى برامج تلفزيونية من إنتاج دولة عربية أخرى ، وفي عام ١٩٨٥م مع إطلاق أقمار الجيل الأول من سلسلة أقمار « عرب سات » وهو القمر العربي (A.I) في ١٩٨٥/٢/٢٨م ، ثم إطلاق القمر الثاني (B.I) في ١٩٨٥/٦/١٧م والذي كان تحت تصرف القطاع الإعلامي العربي للبث التلفزيوني الفضائي المباشر ، الذي يمكن المواطن العربي من التقاط بثه بواسطة هوائي استقبال بحجم (٢٠,٥) متر في الحزمة (C) وحوالي (٩٠) سم في الحزمة (S) ذات الطاقة العالية ؛ وهي تغطي من شمال أوروبا إلى جنوب إفريقية ومن المغرب إلى الهند فضلاً عن الخدمة الهاتفية .

استخدمت الدول العربية في بداية الأمر القمر الصناعي العربي في تبادل الرسائل التلفزيونية وتم خلال الفترة من ١٩٨٩/١/١م إلى أول عام ١٩٩٣م وتم تبادل حوالي (٥٦٤٨) خبراً سياسياً ، كان ذا صبغة رسمية معظمها ذات الصبغة الرسمية ، ثم بعد ذلك قامت بعض الدول العربية ببث قنوات تلفزيون فضائية عربية على قنواتها المحلية ؛ حيث بثت البحرين في نوفمبر عام ١٩٩١م برامج تلفزيون الخدمة الدولية لهيئة الإذاعة البريطانية ، وفي مصر تم استقبال برامج (CNN) من خلال اشتراك عبر جهاز إعادة تشفير ملحق بجهاز التلفزيون مقابل رسم سنوي ، وفي مرحلة أخرى بدأت الحكومات العربية والشركات الخاصة في إنشاء قنوات تلفزيون فضائية عربية بدءًا من الفضائية المصرية في ديسمبر عام ١٩٩٠م ، ثم بعد ذلك تلفزيون الشرق الأوسط (M.B.C) في سبتمر ١٩٩١م ، ثم تلفزيون دبي الفضائي وتلفزيون الكويت الفضائي في أكتوبر عام ١٩٩٢م ، حتى أصبح هناك العديد من قنوات التلفزيون الفضائية العربية المملوكة لدول ومؤسسات عربية . [١]

---

(١) حمدي قنديل ، « **التبادل التلفزيوني بالأقمار الصناعية** » ، جهاز تلفزيون الخليج ، الرياض : عدد ١١ ، (١٩٨٤) ، ص ٢٩ .

كما ظهر في الأفق تقنية جديدة تسمى (التقنية الرقمية) والتي يتولد عنها قنوات تلفزيون فضائية بالآلاف(١) ، وقد أعلنت فعلاً بعض القنوات الفضائية العربية أنها سوف تتحول إلى البث الرقمي الجديد . (٢)

وسوف تخضع للدراسة – بعون الله تعالى – قنوات تلفزيونية فضائية عربية وهي كالآتي :

(١) تلفزيون الأردن الفضائي .

(٢) تلفزيون الشارقة الفضائي .

(٣) تلفزيون العرب (قناة المنوعات) الفضائية .

(٤) تلفزيون الشرق الأوسط الفضائي .

---

(١) أيمن حبيب ، « **تأثير الشبكات والقنوات الفضائية التلفزيونية التي تستقبلها منطقة الخليج العربي على تطوير الخدمة الإخبارية في التلفزيون السعودي** » ، (رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، سنة ١٩٩٧م) ص ٦٩ .

(٢) حسين أمين ، **الإرسال التلفزيوني وحقبة تعدد الاختيارات في عصر الأقمار الصناعية** ، بحث مقدم للمؤتمر الدولي حول آفاق الإعلام الإذاعي والتلفزيوني في القرن الحادي والعشرين ، القاهرة ، (سنة ١٩٩٦م) ، ص ٣ .

المطلب الأول

قناة الأردن الفضائية

النشأة :

كانت البداية في صيف عام ١٩٩٢م ، حيث صدر القرار الملكي بانطلاق الإشارة التلفزيونية الأردنية عبر القمر الصناعي العربي ، لينقل صوت الأردن ووجهة نظره إلى أوسع قطاع من المشاهدين في أرجاء العالم . ومنذ ذلك الحين بدأت الدراسات لتنفيذ هذا الأمر ، حيث جرت الاتصالات مع كل من المنظمة العربية للاتصالات الفضائية ومنظمة أنتلسات العالمية للأقمار الصناعية ، وتبين أنه بالإمكان تحقيق الهدف المرحلي بتغطية العالم العربي أولاً ، واتخذت الإجراءات اللازمة لبدء البث بتاريخ ١/٢/١٩٩٣م .

وبعد أن انتهت إجراءات التعاقد على استئجار السعة القمرية اللازمة لبث القناة الفضائية ، توجهت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون إلى عدد من المهتمين بشؤون الإعلام والاقتصاد والسياسة في الأردن للإسهام والمشاركة في وضع التصور الأمثل لأهداف البث على القناة الفضائية وأساليبه . وأرسلت لهم بتاريخ ١٢/١٢/١٩٩٢م رسائل أكدت فيها أن بث هذه القناة سيغطي أنحاء العالم العربي كافة على مدار الساعة لنقل صورة الأردن وفكره القومي ، وعكس منجزاته الحضارية الحديثة وإبراز مسيرته الديمقراطية ، ودوره في خدمة القضايا العربية والدولية ، والإسهام في بناء الإنسان العربي وتعريفه بالخطاب الإنساني والثقافي والسياسي الأردني [١] .

وبتاريخ ١/٢/١٩٩٣م انطلق البث التجريبي للقناة ولمدة أربع ساعات يومياً ،

---

(١) المملكة الأردنية الهاشمية ، مؤسسة تلفزيون المملكة الأردنية ، **القناة الفضائية العربية الأردنية** ، (عمان : سنة ١٩٩٧م) ، ص ١ – ١٥ .

وبعد ذلك بأيام أضيف إلى ساعات البث الصباحي الأربع ؛ ست ساعات في الفترة المسائية .

بدأت القناة بثها التجريبي على القناة ٢٤ من الحزمة سي (C) استقطاب دائري شمال ، نطاق التردد (٤١٤٤,٢٥ ميجاهيرتز) – والتي تمكن من التقاط الصورة بأطباق لايقل قطرها عن ٢٨٠ سم .

إستراتيجية القناة وأهدافها :

في المدة (٢١ – ١٩٩٣/٤/٢٢م) ، وقبيل أن يتم الافتتاح الرسمي للقناة بحوالي أسبوع ، نظم مركز التدريب الإعلامي في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون – وضمن خطته التدريبية للعام ١٩٩٣م – حلقة دراسية عن القناة الفضائية العربية الأردنية قدمت فيها دراسات متعددة وجرت فيها مناقشات غنية تهدف إلى المساعدة على بلورة خطة برامجية فاعلة تمهيداً للافتتاح الرسمي .

وافتتح الحلقة الدراسية المذكورة وزير الإعلام الأسبق السيد محمود الشريف بورقة عمل قدم فيها أفكاراً حول الإستراتيجية التي يمكن اعتمادها للقناة الفضائية ، والأهداف التي يأمل تحقيقها من خلالها . وقد ناقش المشاركون هذه الأفكار ، ومن ثم أقروها على النحو الآتي :

١ – أن تكون القناة منبراً للدعوة إلى العودة للحظيرة القومية ، وإنهاء حالة التشرذم والتبشير بإطلالة القرن الحادي والعشرين ، قرن الحرية والديمقراطية وحقوق الإنسان .

٢ – إبراز دور الأردن ورسالته الحضارية وامتداده التاريخي من خلال الرسالة التي تحملها قيادته ، ومن خلال حسن قيامه بواجباتها في محيطها العربي وانتشارها الإسلامي وامتدادها الدولي ، ووضوح رؤيتها في سعيها نحو

---

(١) المرجع السابق ص٣ .

الإسهام في تحقيق استقلال الإرادة العربية ، والتسامح والمحبة بين الشعوب والأديان والأجناس .

٣ – التعريف بالعملية الديمقراطية في الأردن بكل أبعادها وأنشطتها ، وبشرعية الحكم فيها ، والقائم على أسلوب الحوار والتشاور والإقناع .

٤ – إيجاد جسر للاتصال اليومي مع الجاليات الأردنية حيثما وجدت في العالم العربي .

٥ – التعريف بالاقتصاد الأردني وبالإنجازات التنموية الأردنية ، والإعلان عن المنتجات الأردنية والنهضة الصناعية القائمة في الأردن ، وخدمات التعليم بمختلف مراحله ، والخدمات المتوافرة في مجالي الصحة والسياحة ، وفرص الاستثمار المتوافرة والتسهيلات المتاحة للمستثمرين .

إمكانات القناة الفضائية :

لقد انطلقت القناة الفضائية دون طاقم متفرغ ومتخصص ، حيث كانت مرجعيتها البرامجية والإدارية لقسم التنسيق والبث اليومي التابع لمديرية البرامج في القناة الأولى في محطة التلفزيون التابعة لوزارة الإعلام ، والتي سوف تكون ضمن مجلس أعلى للإعلام حسب التوجه الجديد للإعلام الأردني(١) .

كما لم يتم تأهيل أو تدريب أو تخصيص طاقم عمل خاص بالقناة ، ولم توضع خطط مرحلية تتعلق بالأفراد والأنشطة والموازنات .

---

(١) مقابلة مع أحمد المفلح القنصل العام للمملكة الأردنية الهاشمية ، جده ، ١٩/٥/١٤٢٣هـ .

وكان لهذا الأمر إيجابياته في البداية حيث إن تبعية طواقم الإنتاج والبث للقناة الأولى في محطة التلفزيون ساعدت على تحقيق التنسيق المطلوب ، وتعزيز نطاق السيطرة ، وحالت دون الازدواجية ، ولكن هذه الخطوة لم تكن منسجمة مع التنظيم الإداري للقناة الفضائية ، ذلك لأنها أخذت وضعاً منفصلاً عن التلفزيون ، باعتبارها دائرة من دوائر مؤسسة الإذاعة والتلفزيون بموجب نظام تنظيم وإدارة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون رقم ٧٣ لسنة ١٩٩٣م ، الصادر بمقتضى المادة (٩) من قانون مؤسسة الإذاعة والتلفزيون رقم (٤٣) لسنة ١٩٨٥م ، واعتبرت القناة محطة ثالثة موازية لمحطتي الإذاعة والتلفزيون ، وارتبطت إدارياً بشكل مباشر مع المدير العام لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون ، بحيث يكون مديرها مساعداً للمدير العام لشؤون القناة الفضائية مديراً أيضًا لدائرة القناة الفضائية العربية الأردنية .

وعلى الرغم من أن القناة اعتبرت محطة ثالثة في نطاق المؤسسة ، فإن مديرها سُمي مساعداً للمدير العام ، لانائباً للمدير العام كما هو الحال مع مدير الإذاعة ومدير التلفزيون ، مع أنه حصل على الامتيازات الوظيفية نفسها .

وتَكوَّن طاقم العاملين في القناة من مجموعة أخذت من القناة الأولى في التلفزيون ، لتقوم بالتنسيق والتنفيذ .

وبدأت القناة الفضائية من خلال نشاط هذه المجموعة ، بَثَّ برامج منتقاة من الأرشيف ومن البرامج التي تنتجها القناة الأولى . وحيث إنه لم يتم تعيين مدير للقناة الفضائية في البداية ، فقد ظلت المرجعية الإدارية للقناة وحتى أواخر عام ١٩٩٣م مرتبطة بمدير برامج القناة الأولى في التلفزيون ، وجرى إنتاج برامج خاصة بالقناة كان من أبرزها الحوارات الديمقراطية بين ممثلي الاتجاهات المختلفة في مجلس الأمة والأطراف الحزبية المختلفة ، وكذلك التحقيقيات الاقتصادية والسياسية .

البرامج على القناة الفضائية :

المطلب الثاني

قناة الشارقة الفضائية

بداية البث الفضائي :

كان إرسال صوت الشارقة الفضائي للكثير من دول العالم في الأول من أكتوبر عام ١٩٩٦م ، ولأنها حريصة على أن تستغل كل الإمكانات فيما يحقق النفع العام محلياً وعالمياً ، وفي إطار حرصها على تثقيف المسلمين وتعريفهم بدينهم وتعاليمه ، استحدثت قناة جديدة لبث البرامج الدينية ، وقد تم العمل بها رسمياً في ١٩٩٧/٣/٢٢م بأكثر من لغة ، حيث تبدأ في الواحدة بعد منتصف الليل وحتى العاشرة صباحاً بالبرامج الفرنسية ، ثم الإنجليزية ، فالعربية ، ثم الفارسية . وفي هذا الإطار حرصت إدارة التلفزيون على الاستعانة بالكثير من العلماء والخبراء ، وأصحاب الرأي العرب والمسلمين الذين تمكنت من الاتصال بهم لتقديم الرأي والتحليل ، ولإعطاء النظرة الصائبة للأحداث الراهنة ، ولتوقعات المستقبل في إطار دائرة من الحرية والتنوع ، وتعطي المشاهد مساحة أكبر من المعلومات ، ومن وجهات النظر المختلفة ، وجعلت هذا منهجاً ثابتاً تطل من خلاله عليه .

* وفي سبيل خدمة المسلمين في الجانب الغربي من العالم العربي ، جرى تزويد مقر بعثة دولة الإمارات العربية المتحدة في نواكشوط بأجهزة إعادة بث تتيح للموريتانيين مشاهدة قناة الشارقة بشكل منتظم ، ويتم استقبالها بالهوائيات العادية دون الحاجة إلى (دش) .

وقد جاءت هذه الخطوة لتسد فراغاً كبيراً كانت تعاني منه موريتانيا ، نظراً لوفرة المحطات الأجنبية التي تبث برامج لاتتناسب مع العادات والتقاليد في مجتمعنا العربي المسلم [١] .. وتهدد أجيالنا بالاستلاب الحضاري ، وتكرس قيماً مستهجنة وغريبة على الأمة الإسلامية .

---

(١) انظر : دليل تلفزيون الشارقة الفضائي (الشارقة – دولة الإمارات العربية المتحدة: سنة ١٩٩٧م) ، ص ١ – ٦ .

* وفي إطار برامج القناة ، كان الاهتمام بالإنتاج المحلي ، حيث إنه الإنتاج الوحيد القادر على متابعة كل جوانب الخير والعطاء وإنمائها وكشفها في مجتمعنا المسلم، وهو الوحيد أيضاً الذي يمكن أن يعطي هذا المجتمع قيمنا الحقيقية العربية الإسلامية .. وتصل نسبة البرامج المحلية على خريطة البرامج المقدمة ، بعدما أصبح البث فضائياً بنسبة ٨٥٪ .

وتبث المحطة إرسالها عبر القمر الصناعي كالآتي :

- عربسات ٢ أ ٢٦ درجة شرق .
- التردد الهابط ٣٧٢٠,٢٥ ميجاهيرتز .
- تردد الاستقبال ١٤٢٩,٧٥ ميجاهيرتز .
- تردد الصوت ٦,٦ ميجاهيرتز .

وقد قامت بتخصيص فترة زمنية ليبث من خلالها برامج بالأوردية ، والفرنسية والإنجليزية وذلك على النحو الآتي :

- بث برامج فارسية موجهة في الفترة ١,٣٠ - ٢,٣٠ ظهراً ، ويعاد بثها بعد صلاة الفجر على الفضائية .
- بث برامج أوردية موجهة في الفترة من (٢,٣٠ - ٣,٣٠) ظهراً .
- بث برامج فرنسية موجهة في الفترة من (٩,٠٠ - ٩,٣٠) ليلاً ، ويعاد بثها على الفضائية من (١,٠٠ - ١,٣٠) .
- بث برامج إنجليزية موجهة في الفترة من (٩,٣٠ - ١٠,٠٠) ليلاً ، ويعاد بثها

على الفضائية من (١,٣٠ - ٢,٠٠) .

هذا وتنفصل القناة ٢٢ على فترتين :

(١) من الساعة ١,٣٠ - ٣,٣٠ ظهراً .

(٢) من الساعة ٩,٠٠ - ١٠,٠٠ مساء .

* ولعل من أبرز منجزات عام ١٩٩٧م المشاركة في اجتماع اللجنة العليا للتنسيق بين المحطات الفضائية والذي عقد في بيروت أغسطس ١٩٩٧م ، وفيه تم اعتماد قناة الشارقة الفضائية (قناة العرب الثقافية) ، كما تم انتخاب مدير عام تلفزيون الشارقة بالإجماع نائباً لرئيس اللجنة العليا .

* وإلحاقاً بما ذكر آنفاً فقد قام التلفزيون بالمشاركة في الاجتماع الذي نظمته المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، والذي عقد في عمان في أكتوبر عام ١٩٩٧م ، وقد تركز الاجتماع على تأكيد التوصية باعتماد قناة الشارقة الفضائية (قناة العرب الثقافية) ، كما وجه الشكر إلى قناة الشارقة الفضائية لتوجهها الديني الثقافي والفكري ، والذي يلبي حاجة كل عربي مسلم غيور على دينه ووطنه وأمته .

ويقدم تلفزيون الشارقة الفضائي الخطط المستقبلية والتي تتحول إلى خطط عمل يومية مع كل دورة برامجية جديدة ، حيث إن اتجاهات هذه الخطط محددة في تأصيل وتعميق السياسات العامة له ، وزيادة فعالية الخدمات المقدمة للمشاهد ، وجذب عدد أكبر من المشاهدين من خلال متابعة أحداث العالم السياسية ، وتقديم البرامج الثقافية والعلمية .. الأمر الذي جعل اختيار قناة الشارقة الفضائية قناة كل العرب الثقافية بدءاً من عام ١٩٩٨م .

سياسة قناة الشارقة الفضائية :

قامت سياسة القناة على الخطوط العامة الرئيسة الآتية :

١- الاهتمام بإنماء الثقافة العربية الإسلامية وكل مايصب في اتجاهها .

٢- تدعيم وتوطيد الشخصية الوطنية والقومية وتوطيدها ، وإبراز خصائصها ومعالمها .

٣- تسليط الضوء على الإمكانات الحية الغزيرة في بيئتنا ومجتمعنا الإسلامي .

٤- الاهتمام النوعي بالأسرة والطفل والطالب والثقافة والوقاية .

٥- الاهتمام الخاص بالجالية المسلمة الكبيرة غير العربية الموجودة على أرض الوطن .

٦- مواجهة العقبات الاجتماعية والعادات غير الحسنة بتسليط الضوء عليها وعرض البدائل لها .

٧- تعميق الثقافة الدينية لدى المشاهدين .

٨- تقديم الخدمة الإخبارية الشاملة ، والواعية التي تخدم الحقيقة ، وتدعم وعي المواطن واهتماماته .

٩- تقديم الترفيه والمتعة والتشويق التلفزيوني في إطار الأغراض السابقة .

كما اعتمدت القناة أيضاً على الخبرات الوطنية ، وأعطت الأولوية دائماً للعناصر الوطنية ، وعملت على تدريب هذه العناصر إما بالداخل ، أو بإرسالهم في دورات تدريبية إلى تلفزيونات شقيقة ، وقاربت نسبة العناصر الوطنية (٥٠٪) من إجمالي العاملين في القناة ، كذلك ركزت القناة على الخبرات العربية فضمت خبرات متنوعة ومميزة من أكثر التلفزيونات العربية عراقة وخبرة . [١]

---

(١) المرجع السابق ، ص ١٠ .

كما حرصت قناة الشارقة الفضائية على الاستعانة بالعلماء والخبراء وأصحاب الرأي العرب والمسلمين كافة الذين تمكنت من الاتصال بهم لتقديم الرأي والتحليل ، للأحداث الراهنة ولتوقعات المستقبل في إطار دائرة من الحرية والتنوع ومحاولة إعطاء المشاهد العربي مساحة أكبر من المعلومات ومن وجهات النظر المختلفة ، وقد وضعت قناة الشارقة شعاراً لها يتلخص في عبارة (ندخل بيوتكم نحن الأمناء) .

المطلب الثالث

قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي

النشأة :

تأسست شبكة راديو وتلفزيون العرب برأسمال قدره (٣٠٠) مليون دولار من رجل الأعمال السعودي صالح كامل ، وبدأت شبكة راديو وتلفزيون العرب إرسالها عبر القمر الصناعي العربي / الجيل الأول(Arabsat 1DR) في شهر أكتوبر عام ١٩٩٣م . واتجهت الشبكة منذ بدايتها إلى بث القنوات المتخصصة (Thematic Channels) والتي اشتملت على قنوات : الرياضة ، الأطفال ، الموسيقى ، الأفلام ، إضافة إلى القناة العامة .

وقد استمر بث قنوات راديو وتليفزيون العرب المذكورة ، بشكل تناظري مفتوح بنظام (PAL) التليفزيوني وفي الحزمة الترددية (C-Band) حتى إطلاق القمر الصناعي العربي / الجيل الثاني في سبتمبر أيلول من عام ١٩٩٦م .

وقدأنشأت قناة المنوعات ضمن إنشاء شبكة راديو وتلفزيون العرب (ART) في أكتوبر عام ١٩٩٣م وكانت تسمى القناة العامة وبدأت ببث (الأفلام – والبرامج الرياضية – والموسيقى – وبرامج الأطفال) وكانت ساعات البث في بداية الأمر ست ساعات يومياً وذلك على القمر (Arabsat 1DR) ثم بدأت تدريجياً ساعات البث في الزيادة حتى أصبحت ٢٤ ساعة يومياً على القمرين (Arabsat & Nilsat) وذلك بالنسبة للقنوات الشرق أوسطية .

أما بالنسبة لقناة أوروبا فهي تبث عبر القمر الصناعي (Hotbird2) ، ثم بعد ذلك أنشأت قناة للأطفال في عام ١٩٩٣م ، وقناة للرياضة عام ١٩٩٣م ، ثم قناة للموسيقى عام ١٩٩٤م ، ثم قناة أخرى للأفلام عام ١٩٩٥م ، وبذلك أصبحت القناة العامة مستقلة(١) .

وبعد ذلك شفرت القناة العامة كغيرها من القنوات وأصبحت ساعات البث فيها على مدار (٢٤) ساعة ، ثم تحول مسماها من القناة العامة إلى قناة المنوعات وتبث إرسالها إلى ثلاث مناطق هي :

---

(١) انظر دليل شبكة راديو وتلفزيون العرب ، قناة المنوعات ، (القاهرة ، سنة ١٩٩٨م) ص ٢ .

(١) الشرق الأوسط : وهي قناة مشفرة يتم استقبالها عن طريق جهاز (Decoders) وبرسم إما شهري أو سنوي .

(٢) أوروبا : وهي تستقبل برامج قناة المنوعات نفسها التي تبث في الشرق الأوسط ولكنها مفتوحة غير مشفرة . وهناك دراسة لتكون أوروبا أيضاً مشفرة .

(٣) أمريكا وأستراليا : أيضاً تعمل بنظام التشفير .

ويقع مركز قناة المنوعات في مدينة القاهرة بجمهورية مصر العربية ويمثل الشؤون الإدارية والمالية ، أما مركز البث فهو في مدينة أفيزانو (Avezzano) بإيطاليا ، ويتم البث اليومي لها عن طريق برامج مسجلة ترسل إلى مركز البث في إيطاليا مع متابعة تنفيذ البث من مركز القاهرة عن طريق جدول مطابقة خرائط البث ، أما استديو الربط (Uplink) فهو موجود في كل مراكز (ART) المنتشرة في العالم العربي مثل مراكز : دبي ، جدة ، القاهرة ، الأردن ، بيروت ، القدس .. إلخ .

ويتم الربط المباشر على الهواء بين تلك المراكز حسب جدول البرامج الموضوع .

مجال التغطية الجغرافية :

بتاريخ ١٩٩٥/١/١١م بدأت شبكة راديو وتليفزيون العرب بث قناة المنوعات وقنواتها الأخرى الموجهة لأوروبا (ART Europe) عبر القمر الصناعي الأوروبي (Eutelsat 11,F3,16"E) في الحزمة الترددية (Ku) وتبث قناة أوروبا المفتوحة الآن عبر الناقل الفضائي (Transponder 32)بتردد هابط(11556MHz)واستقطاب أفقي. وبالإمكان استقبالها في أنحاء القارة الأوروبية باستخدام طبق استقبال لايتجاوز قطره٩٠سم .

وبدأت الشبكة بث قنواتها والتي من ضمنها قناة المنوعات الموجهة لأمريكا الشمالية (ART America) في العاشر من مارس / آذار عام ١٩٩٦م . ويتم إيصال الإشارة

التليفزيونية لقناة أمريكا عبر القمر الصناعي (Oran F1) في الموقع المداري (37.5"W) ، ويعاد بث الإشارة بشكل رقمي مشفر باستخدام نظام (MPEG.2) العالمي ، وتشفير (Nagra Vision) عبر القمر الصناعي الأمريكي (Echostar) في الموقع المداري (119"W) ، وذلك عبر الناقل الفضائي رقم 17 بتردد هابط (12457.28MHz) واستقطاب أفقي ويتم استقبال قناة (ART America) باستخدام أطباق التقاط بقطر يتراوح بين ٤٠ سم و ٦٥ سم .

كما قام راديو وتليفزيون العرب بالبث الرقمي المشفر لعدد من القنوات التليفزيونية ، ومنها قناة المنوعات عبر القمر الصناعي الأمريكي (PAS-4) في الموقع المداري (68.5 E) وفي الحزمة الترددية (Ku) وذلك عبر الناقلين الفضائيين(19K) .

ويستخدم الناقلان الفضائيان المذكوران حالياً في أغراض التبادل التليفزيوني البرامجي بين مراكز الإنتاج التليفزيوني التابعة للشبكة ، ومركز الإرسال الرئيس في بلدة أفيزانو بإيطاليا .

ثم ازداد حجم رقعة التغطية الجغرافية لقناة المنوعات والقنوات الأخرى ليشمل أمريكا الجنوبية منذ ١٩٩٧/٧/٢٢م حيث ترسل قناة (ART Latino) عبر القمر الصناعي الأمريكي (PAS - 3) في الموقع المداري (43"W) في الحزمة الترددية (C-Band) ، ويعاد إرسال إشارة قناة (ART Latino) عبر الأقمار الصناعية المعدلة وشبكات الكابل التلفزيونية داخل أمريكا الجنوبية .

كما شملت التغطية اعتباراً من تاريخ ١٩٩٧/١/٢٩م قارة آسيا عبر القمر الصناعي الأمريكي (PAS.4) في الموقع المداري (68.5 E) ، واستقطاب أفقي ، والقارة الأسترالية عبر القمر الصناعي الأمريكي (PAS - 2) في الموقع المداري

(169 E) . حيث يتم توزيع قناة (ART Australlah) في أستراليا عبر شبكة (Otpus Vision) المحلية .

وكذلك تشمل تغطية الشبكة لقناة المنوعات والقنوات الأخرى القارة الإفريقية عبر القمر الصناعي الأمريكي (PAS - 4) في الموقع المداري (68.5 E) واستقطاب عمودي ومن خلال باقة (Multicholce Africa) الرقمية المشفرة .

وبتاريخ ٢٥ سبتمبر / أيلول ١٩٩٦م بدأت شبكة راديو وتليفزيون العرب ببث باقة الأوائل(Net Bouquet) ، والتي تشتمل حالياً على (١٦) قناة تليفزيونية من ضمنها قناة المنوعات ، وذلك عبر القمر الصناعي العربي/الجيل الثاني(Arabsat 2A)في الحزمة الترددية (Ku) وباستقطاب أفقي . ونظام الإرسال المستخدم لبث باقة الأوائل هو نظام (MPEG-2 DVB) العالمي ، أما نظام التشفير المتبع فهو نظام (Irdeto) الشائع الاستعمال في أوروبا وآسيا وإفريقية . وتستقبل باقة الأوائل بأطباق التقاط لايتجاوز قطرها ٩٠ سم .(١)

وتجدر الإشارة إلى أنه قد تم توزيع باقة الأوائل عبر شبكات التوزيع التلفزيونية المحلية المتعددة النقاط (MMDS) في عدد من الأقطار العربية (قطر ، البحرين ، السعودية ، السودان ، ليبيا) حيث يتم استقبالها من قبل المشتركين بهوائيات تليفزيونية بسيطة (Paraoolic Antennas) وأجهزة تحليل الشيفرة (Decoders) المنخفضة الكلفة ، وأصبحت قناة المنوعات يتم استقبالها بعد التشفير بهذا الجهاز .

---

(١) المرجع السابق ، ص ٤ .

كما بدأ راديو وتليفزيون العرب بث باقته التليفزيونية ، منها قناة المنوعات الموجهة لأوروبا وشمال إفريقية والمعروفة باسم « أرابيسك » وذلك في شباط / فبراير ١٩٩٧م عبر الناقل الفضائي رقم (65) في الحزمة الترددية (Ku) علــى القمر الصناعي الأوروبي (HOTBIRD2) في الموقع المداري (13E) .

وتبث باقة أرابيسك بالنسق الرقمي (MPEG-2 DVB) ، وباستخدام نظام التشفير (ViAccess) .

المطلب الرابع

قناة تلفزيون الشرق الأوسط الفضائية

النشأة والبنية الأساسية(١) :

بدأ تلفزيون الشرق الأوسط بثه في ١٩٩١/٩/١٨م من لندن ، ويملك هذا القطاع شركة (ARA) للإنتاج بالمملكة العربية السعودية التي يرأس مجلس إدارتها الوليد بن إبراهيم الإبراهيم ، وهي قناة خاصة بتمويل سعودي خاص مرخص من قبل الهيئة البريطانية الأهلية المختصة بشؤون التلفزيون المستقل ، ويقدم مركز تلفزيون الشرق الأوسط خدماته التلفزيونية إلى المشاهدين المتحدثين باللغة العربية في أربع قارات من هذا العالم ، وتتضمن خدماتها مزيجاً من الأخبار العالمية والإقليمية والبرامج الثقافية والترفيهية والدينية ، وهي تهتم في المقام الأول بالمشاهد العربي أينما كان .

اختيرت لندن لتكون مقراً لـ (M.B.C) لعدة أسباب مهمة وحيوية ، بالإضافة للعلاقات والصلة التاريخية والثقافية التي تربط بريطانيا بالشرق الأوسط ، فإن وجود جالية عربية كبيرة ومتعددة من عدة أقطار عربية ووجود أعداد كبيرة من العرب والشرق أوسطيين ذوي الاختصاص والمهارة والذين يتخذون من لندن مركزاً لهم؛ جعل بالإمكان الحصول على مهاراتهم ، ومن ثَمَّ يمكن أن تقدم خدمة إنتاجية تلفزيونية رفيعة المستوى لم يكن بالإمكان توفيرها في أي مكان آخر .

ولقد أفادت (M.B.C) كثيراً من الجودة العالية للمهارات الحرفية المتوافرة في واحدة من أهم عواصم العالم الغربي في المجالات التلفزيونية والتقنية الإعلامية العالية ، كما أن وجودها في المملكة المتحدة حقق لـ (M.B.C) درجة من الحرية والشعور بالاستقلال ، وقد نشرت (M.B.C) شبكتها في أنحاء العالم لتجنيد أفضل وأحسن الموظفين والخبراء ذوي الاختصاص لكل مهمة أو عمل ، مما نتج عنه اندماج ثقافات متنوعة في بوتقة واحدة ، وقد عملت جنسيات عديدة من الشرق الأوسط وإفريقية وأوروبا باختلافاتها الدينية والثقافية جنباً إلى جنب في إطار عمل موحد لتقديم إنتاج خدمة تلفزيونية خاصة بتلفزيون الشرق الأوسط .

---

(١) انظر : دليل مركز تلفزيون الشرق الأوسط (لندن : سنة ١٩٩٨م) ص ٢ .

المقر والمكاتب [١] :

يقع مقر (M.B.C) إلى الجنوب من جسر تشيلسي في لندن ، والمقر هو عبارة عن مجمع ضخم وجديد ، تصل مساحته إلى ستة آلاف متر مربع تكلف إنشاؤه عدة ملايين من الجنيهات الإسترلينية ، وصمم المبنى بموجب مواصفات محددة وضعتها (M.B.C) لعملها وأنشطتها المختلفة .

ويشتمل المقر على استديوهات ضخمة واسعة ، ودوائر وأقسام التصوير الصحفي التلفزيوني ، ودوائر المتابعة والرصد ، وأعمال الغرافيك ، وقد جهز مجمع مركز تلفزيون الشرق الأوسط بأحدث تقنيات وأجهزة الديجيتال الأكثر تطوراً من أجل تقديم خدمة ممتازة من ناحية الجودة .

كما أن لتلفزيون الشرق الأوسط مكاتب عديدة في العالم ، وله مكاتب للأخبار في عواصم العالم الكبيرة مثل : واشنطن وموسكو والقاهرة وبروكسل وبون والقدس والرياض وجدة .

وتحرص الـ (M.B.C) على أن تكون لها فروع وشركات إنتاج خاصة بها على امتداد منطقة الشرق الأوسط ، وهي على اتصال وثيق مع شركات إنتاج شقيقة في الدول العربية ، وهناك توجه إلى نقل مقر (M.B.C) من لندن إلى دبي .

الجوانب الفنية :

يقع بث استديوهات تلفزيون الشرق الأوسط (M.B.C) في لندن التي تعد عاصمة البث التلفزيوني في العالم ، وهذه الاستديوهات تضم في جنباتها تقنيات فائقة التطور تقنياً ، وخبرات ومهارات ومواهب ممتازة في حقل الإعلام التلفزيوني ، وبانطلاقة إشارة البث التلفزيوني من لندن تلتقط الإشارات بواسطة

---

(١) انظر دليل مركز تلفزيون الشرق الأوسط ، مرجع سابق . ص ٣ .

أقمار تعمل لصالح يوتلسات (Eutelsat) وعرب سات (Arabsat) وساتكم (F2R) وبهذا تصبح (M.B.C) متوافرة على شاشات التلفزيون من الدول الإسكندنافية إلى شمال إفريقية ، ومن إيرلندا إلى شرق أوروبا عبر القمر (يوتلسات) ، أما (عرب سات) فإنه يغطي منطقة الشرق الأوسط بكاملها ، ومعظم قارة إفريقية . وأما القمر (ساتكم) فهو يغطي الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وأمريكا الوسطى ، ويغذي شبكة (ANA) الأمريكية التي تبث بواسطة الكيبل .

كما أن مركز تلفزيون الشرق الأوسط لديه استديوهات متخصصة لإنتاج برامج خاصة للتلفزيون في كل من القاهرة والرياض ودمشق .

السياسة العامة :

إن تلفزيون الشرق الأوسط (M.B.C) وضع هدفه الرئيس في نقل الأحداث العالمية بعيون عربية ، مع المحافظة على عادات وتقاليد المنطقة العربية ، والجرأة في عرض القضايا التي يهتم بها المشاهد العربي، مع التنوع في التغطية والتميز عن القنوات المحلية ، إذ حدث للمرة الأولى في تاريخ التلفزيون العربي أن أصبح المشاهد العربي يستمع إلى جميع وجهات النظر بما في ذلك وجهة نظر الخصوم ، أو المعارضين التاريخيين ونقل آرائهم وتحليلاتهم في نشرة الأخبار نفسها وعلى الهواء مباشرة ، ويحدث هذا عادة في الفترة الزمنية نفسها المتعلقة بتغطية الحدث ، وقبل أن تؤسس (M.B.C) هذا التقليد الشجاع والجديد لم يكن متاحاً للمشاهد العربي في السابق أن يرى أو يسمع أخباراً أو آراء المعارضين وخاصة في العالم العربي ، لذلك كانت (M.B.C) محطة شعبية رائدة في الفضائيات العربية في نقل الأحداث والتنوع في تناول مجمل القضايا العربية التي يهتم بها المشاهد العربي .

كما تحصل (M.B.C) على مصادر تمويلها من خلال الدعاية التجارية أو الرعاية التجارية للبرامج .

المبحث الثاني

برامج القنوات الفضائية العربية

المطلـب الأول : برامج قناة الأردن الفضائية .

المطلب الثاني : برامج قناة الشارقة الفضائية .

المطلب الثالث : برامج قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي .

المطلب الرابع : برامج قناة الشرق الأوسط الفضائية .

المطلب الأول

برامج قناة الأردن الفضائية

تبث القناة الفضائية حوالي ثلاث عشرة ساعة [١] يومياً ، تلتقي فيها مع القناة الأولى للتلفزيون ، بمعدل ساعة ونصف الساعة يومياً ، تشتمل على نشرات الأخبار الرئيسة وبعض البرامج الهادفة والمناسبة للبث على القناة الفضائية .

وبالنظر إلى المعدل الأسبوعي بالساعة ، لنوعية البرامج التي كانت القناة الفضائية تبثها في الدورة الرابعة لعام ١٩٩٨م – ومجموعها (١٤٠) ساعة أسبوعياً – بدا كما يلي[٢] :

١ – الدراما والمنوعات ٥٥ ساعة .

٢ – البرامج الوثائقية والثقافية ٣٠ ساعة .

٣ – الأخبار والبرامج الإخبارية ١٥ ساعة .

٤ – برامج الأطفال ١٥ ساعة .

٥ – الاستراحات السياسية والفقرات الهادفة والموجهة ١٥ ساعة .

٦ – البرامج الدينية ٥ ساعات .

٧ – البرامج الرياضية ٥ ساعات .

---

(١) فاروق جراد ، **الإذاعة والتلفزيون في الأردن** ، (عمان : المجمع الملكي لبحوث الحضارة الإسلامية ، سنة ١٤١٨هـ) ، ص ١٥٤ .

(٢) انظر : الجدول اليومي للبرامج ، ص ٣٧٠ .

وهذا الأمر ، وإن كان منطقيًا ، إلا أن تطبيقه عمليًا ليس بالأمر الهين لأكثر من سبب ، ومن هذه الأسباب :

أولاً : أن التنوع بين البرامج المحلية والعربية والأجنبية يُشكل عنصر جذب وتشويق للمشاهد ، ويمكن عادة المشاهدة المنتظمة لدى المشاهدين ، ويساعد المبرمج على وضع دورات برامجية تتميز بالتنوع والتوازن ، وهذا لاتحققه غلبة البرامج المحلية على الدورة البرامجية .

ثانيًا : إن من أهداف القناة العمل على توعية المشاهد وتثقيفه وتنمية فكره وذوقه وتقديم التسلية المفيدة له ، وهذا مبرر مقنع للتنويع ؛ حيث إن الثقافات والأذواق لاتتطابق دومًا ، كما أن رسالة القناة الفضائية موجهة إلى كل العرب مع تنوع أذواقهم واختلافها ، مما يجعل الحاجة إلى التنويع ملحة لجذب المشاهدين .

ومن ثم فالبرامج المحلية بمختلف أشكالها :الدرامية والمنوعة والوثائقية والإخبارية لا تكفي وحدها لحمل القناة الفضائية العربية الأردنية إلى أجواء استقطاب المشاهد ، فلابد أن تواكبها مجموعة منتقاة من البرامج العربية والعالمية .

ثالثًا : إن سوق الإنتاج الفني في الأردن لا يفي بمتطلبات البث واحتياجاته ؛ حيث إن مساحته محدودة كمًا ونوعًا ، والمواد الأرشيفية جميعها لاقت طريقها إلى الشاشة ، بل إن الكثير منها أُعيد بثه لمرات عديدة ، ولا يُعقل أن تكون القناة الفضائية – باستمرار – تكرارًا لما جرى بثه من القناة الأولى في التلفزيون الأردني .

إضافة إلى ذلك ، فإن أرشيف البرامج المحلية الأردنية – بمختلف أنواعها – لايزيد على (٢٢٠٠) ساعة ، فإذا ماعرفنا أن القناة الفضائية تحتاج حاليًا إلى مايقارب (٤٧٥٠) ساعة سنويًا ، وأن هذا العدد سيزداد مستقبلاً مع التوسع

المنتظر ، أدركنا أن البرامج المحلية الأردنية – سواء أكانت من الأرشيف أم منتجة خصيصًا للقناة الفضائية – لاتفي بالحاجة ، وأن التنويع في البث والاستعانة بالبرامج المنتجة في البلدان العربية والبلدان الأجنبية أمر لابد منه .

ولا ضير بالاستعانة بما تنتجه البلدان الأخرى .

وقد نهضت القناة الفضائية إلى تأمين جزء مما تحتاجه لبثها ، فأنتجت عددًا كبيرًا من البرامج والندوات السياسية والاقتصادية والثقافية والسياحية ، والعديد من البرامج التي روجت للديمقراطية والتعددية وحرية الرأي والتعبير ، والبرامج التي قدمت التطور الذي يعيشه الأردن في مناحي الحياة المختلفة ، والبرامج التي روجت للمنجزات الطبية الأردنية ، وللسياحة في الأردن ، وللنهضة الاقتصادية وفرص الاستثمار ، كما أنتجت أيضًا برامج تتعلق بأهم القضايا العربية الراهنة ، وناقشت عبر شاشتها صيغًا جديدة للتضامن العربي وحقوق الإنسان ودور المرأة ، وغير ذلك من الموضوعات التي تستأثر باهتمام المشاهد .

وبدراسة الجدول اليومي للبرامج في قناة الأردن الفضائية ؛ يتضح أن هناك عدم توازن في نوعية البرامج المقدمة ، إذ إن البرامج الدينية قليلة جدًا إذا ماقورنت بأنواع البرامج الأخرى ، وذلك على مدار الأسبوع عدا يوم الجمعة الذي يضاف إليه برامج دينية أخرى كالابتهالات الدينية ، وبرنامج ديني آخر بعد نقل شعائر صلاة الجمعة ، عدا ذلك فهناك نقص واضح في معدل بث البرامج الدينية على القناة الفضائية الأردنية ؛ وهذا يشير إلى عدم الاهتمام بالبرامج الدينية في القناة بل تهميش لدورها ، فالقناة تبث إرسالها لمدة عشرين ساعة تقريبًا ، وعلى أقل تقدير يجب أن تمثل البرامج الدينية على خريطة برامجها (٢٠٪) من مجموع أنواع البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية .

المطلـب الثانـــي

برامج قناة الشارقة الفضائية

بالنظر إلى خـريطة البث اليـومي للقناة نجـد أن توزيـع سـاعـات البث بين مـختلف المواد يضمن التعادل بيـنها وبين التوازن في طبيعتها .. مع التركيز على برامج : الأطفال ، والبـرامج الدينيـة ، والسيـاسـيـة ، والثـقـافـيـة ، والجـمـاهيـرية ، والأسرية ، والاجتماعية ، والتربوية .. وذلك بالترتيب نفسه في أهمية البث من حيث الكم والنوعية .. إضافة إلى ذلك ، البرامج الرياضية والمنوعات والدراما .

كما تقدم قناة الشارقة الفضائية في المناسبات برامج خاصة وفي مقدمة هذه المناسبات عيد الاتحاد في دولة الإمارات العربية المتحدة ، والأعياد الدينية : عيد الفطر ، وعيد الأضحى ، وكذلك شهر رمضان المبارك .

كما أن الإنتاج المحلي – ممثلاً في برامج الأطفال – قد وصل إلى ٩٠٪ من خـارطة البث التي تصل إلى سـاعـتين يومـيـاً ، تزاد إلى أربـع سـاعـات في الدورة الصيفية .

أمـا البرامج الدينية فإنها توزع مابين الأطفال والكبار ، والناطقين بالعربية وبغـيـرها ، وذلك بالإضـافـة إلـى الفـتـرة الديـنـيـة التـي بدأ بثـهـا البـرامـجي في٢٢/٣/١٩٩٧م بأكثر من لغة ، حيث تبدأ في الواحدة بعد منتصف الليل بالبرامج الفرنسية ، ثم الإنجليزية ، فالعربية ، ثم الأوردية ، فالفارسية .

إن وجود فترة دينية خاصة في قناة الشارقة الفضائية وبعدة لغات : ظاهرة غير مسبوقة في قنوات التلفزيون الفضائية العربية على امتداد وطننا العربي ، وهذا الأمر فـيـه الكثير من الفائدة التي تعود على أصـحـاب الجنسـيات غـير المحليـة من المسلمين . فقناة الشارقة تبث برامج دينية بلغات مختلفة وقد استطاعت ربط هؤلاء

بعقيدتهم الإسلامية ، ومواصلة تقديم الوعظ والإرشاد الديني لهم من خلال التلفزيون ، إذ إن الجاليات المقيمة يجب أن يعطى لها الاهتمام المفروض لصهرهم مع المجتمع المحلي ، ولكن البرامج الدينية في قناة الشارقة باللغات المختلفة ليس هو محل دراسة الباحث ، وإنما الدراسة تركز على البرامج الدينية باللغة العربية فقط ، فقناة الشارقة وإن انفردت ببث قناة دينية متخصصة ، إلا أنها تبث مواد دينية على جميع فترات بثها ، وهي تعد أكثر القنوات الدينية كثافة في برامجها الدينية ، وهي القناة الفضائية الوحيدة من بين قنوات التلفزيون الفضائية العربية التي أعطت البرامج الدينية الاهتمام الأكبر ، وإن كانت هناك ملاحظات قليلة جداً على بعض تلك البرامج أظهرتها الدراسة التحليلية لبرامجها الدينية التي تبث على قناتها الفضائية العربية .

وبالنظر إلى الجدول اليومي لبث قناة الشارقة الفضائية (١)، نجد أنها من أكثر القنوات الفضائية العربية اهتماماً بالبرامج الدينية ، بل إن هناك بثًا دينيًا يصل إلى عشر ساعات تقريبًا يوميًا ، ولكن هذه البرامج موجهة بلغة فرنسية ، وأخرى إنجليزية ، وكذلك باللغتين الأوردية والفارسية ، وهذه البرامج خارج نطاق الدراسة .

أما فيما يتعلق بالبرامج الدينية باللغة العربية ، فعلى رغم كثافتها إلا أن وقت بثها على القناة غير مناسب ، إذ تبدأ تقريبًا من الساعة الثانية صباحًا إلى العاشرة صباحًا ، وهذا الوقت من أقل أوقات المشاهدة للتلفزيون عدا برنامج ديني واحد يشاهد في وقت الذروة وهو الندوة الدينية في الساعة الحادية عشرة ليلاً .

---

(١) انظر : الجدول اليومي للبرامج في الملاحق ص ٣٧٦ .

المطلب الثالث

برامج قناة المنوعات في تلفزيون العرب الفضائي(١) .

تبث قناة المنوعات في تلفزيون العرب الفضائي برامجها على مدار اليوم بالافتتاح بالقرآن الكريم في ساعات الصباح الأولى ، ثم تستأنف برامجها المنوعة إلى ساعات الصباح الأولى ، وتبدأ الفترة الدينية لديها تقريباً في تمام الساعة الخامسة صباحاً بمسلسل ديني ، ثم تعقبه بموسوعة السنة النبوية المطهرة ، عدا ذلك يندر ماتبث قناة المنوعات برامج دينية في غير هذه الأوقات ، كما تقوم قناة المنوعات بإنتاج برامج دينية خاصة بالمناسبات الدينية مثل الحج ومناسكه الشرعية ، وبرامج أخرى مثل « الإسلام وقضايا المجتمع » وأهم مايميز البرامج الدينية في قناة المنوعات أنها تنتج أغلب برامجها الدينية في الاستوديوهات الخاصة بها والمنتشرة في كثير من الدول العربية مثل : (جدة ، القاهرة ، بيروت) ، وهناك شعبة خاصة في قطاعات الإنتاج بتلفزيون العرب تسمى شعبة البرامج الدينية ، كما توجد شعبة أخرى تسمى شعبة المناسبات ؛ وهي أيضاً تشارك في الإعداد للبرامج في المناسبات الدينية مثل : (الهجرة طريق الفتح ، ذكرى الإسراء والمعراج ، ليلة القدر ... إلخ) .

وهنا يجب أن نشير إلى تميز قناة المنوعات بإنتاج برامج دينية في شبكتها واستديوهاتها ، وكذلك الاعتناء بإنتاج برامج دينية في المناسبات الدينية ، فهذا التميز واضح في قناة المنوعات ويشير إلى الاهتمام بالبرامج الدينية في القناة ، وفي المقابل هناك أيضاً إشارة إلى القصور الواضح في وضع البرامج الدينية على خريطة البث اليومي للقناة من حيث توزيع البرامج على ساعات البث .

وبالنظر إلى الجدول اليومي لبرامج قناة المنوعات في شبكة راديو وتلفزيون العرب نجد أن البرامج الدينية تبدأ من ساعات الصباح الأولى ، والتي يقل فيها عادات المشاهدة للتلفزيون في هذه الفترة ، وليس هناك أي برنامج ديني حسب الجدول في أوقات ذروة المشاهدة ، بل هناك برنامج ديني واحد يأتي بعد صلاة الجمعة . عدا ذلك ليس هناك أي

(١) انظر : دليل شبكة راديو وتلفزيون العرب ، مرجع سابق ، ص٥ .

نشاط ديني حسب الجدول اليومي ، وهذا يشير إلى ضعف في التخطيط البرامجي ، ويدل على عدم إعطاء البرامج الدينية حقها في البث في ساعات ذروة المشاهدة ، بينما كانت القناة تتميز من ناحية أخرى في إنتاج البرامج الدينية ، ومن الناحية الفنية نجد أن البرامج الدينية في القناة تقليدية فالمسلسل الديني والمقابلة هما شكلان فقط من أشكال البرامج، وهناك أشكال أخرى للبرامج لم تستخدم في البرامج الدينية ، مما يدل على قصور فني واضح (١).

---

(١) انظر : الجدول اليومي للبرامج في الملاحق ص٣٧٢ .

المطلب الرابع
برامج قناة الشرق الأوسط الفضائية

تعد الأخبار والبرامج الإخبارية العمود الفقري لأنشطة (M.B.C) التلفزيونية ، وبسبب ملاحقتها السريعة والمباشرة وتغطياتها التلفزيونية للأحداث العالمية الجارية ، فقد أدى هذا الجزء الحيوي من النشاط دوراً رئيساً في تأسيس المحطة وانطلاقها ، إذ إن من المتفق عليه أن هناك العديد من الاختلافات الإقليمية والميزات الوطنية التي تميز هذا عن ذاك في جميع أنحاء الوطن العربي كما هو حاصل في أي بقعة في الأرض ، وعلى الرغم من ذلك فإن مركز تلفزيون الشرق الأوسط يقدم تقارير مباشرة للأخبار والأحداث تجاوزت وكسرت الحواجز القطرية ، وأصبح المشاهد العربي ، أينما كان في هذا العالم ، يشاهد ويستمع إلى أخبار العالم وشؤونه .

كما أن (M.B.C) تجري مقابلات خاصة بها مع العديد من رجالات الدولة الكبار في العالم . والأهم من ذلك إجراء مقابلات عديدة مع المناوئين التقليديين للعالم العربي ، وهي مقابلات تعتقد (M.B.C) أنها تحقق توازناً في عرض وجهات النظر المتباينة وطرحها ، وهكذا كانت فرق عمل (M.B.C) تنشط بفاعلية في معرفة الصراعات والمواجهات ، ومناطق التوتر في العالم والنزاعات الإقليمية .

وقد انفردت في مواطن كثيرة بصور إخبارية وزودت بها شبكات بث تلفزيونية كبيرة مثل (B.B.C و C.N.N و N.B.C) .

وبالنظر إلى خريطة البث اليومي لتلفزيون الشرق الأوسط ، نجد أن البرامج الدينية هي أقل البرامج ، وقد انحصرت في القرآن الكريم وبرنامج ديني واحد بعده .. أما يوم الجمعة فتنقل القناة شعائر صلاة الجمعة وبعد الصلاة عادة هناك برنامج ديني ، وهذا يعد نقصاً واضحاً في نسبة البرامج الدينية مقارنة بالبرامج الأخرى(١) ، كما أن الاقتصار على

(١) انظر : الجدول اليومي للبرامج في الملاحق ، ص ٣٧٤ .

شكل واحد للبرامج الدينية وهو (الحديث) يعد قصوراً فنيًا من الناحية الإعلامية ؛ إذ إن هناك أشكالاً برامجية أخرى ، وهذا يشير إلى عدم الاهتمام بالبرامج الدينية ، وإن كانت القناة طابعها سياسي وإخباري وترفيهي إلا أنها تبث برامجها باللغة العربية ولكافة أقطار العالمين العربي والإسلامي ، فعلى أقل تقدير يجب أن تمثل البرامج الدينية فيها (٢٠٪) من برامجها ، خاصة وهي تمتلك إمكانات ضخمة في (لندن) ، ومركز إنتاجها التابع لشركة (ARA) الدولية للإنتاج في الرياض لديه إمكانات كبيرة ، لذا فإن التوازن مطلوب في بث أنواع البرامج ، فالقناة تبث برامجها لأكثر من خمس عشرة ساعة لم تمثل فيها البرامج الدينية أكثر من (عشر دقائق) ، وهذا يشير إلى عدم الاهتمام بهذا النوع من البرامج في تلفزيون الشرق الأوسط الفضائي .

إن مركز تلفزيون الشرق الأوسط (M.B.C) يقدم أيضاً البرامج الترفيهية والمعلوماتية ، فجدول البرامج اليومي يتضمن :الأفلام الروائية ، والمسلسلات ، والتمثيليات الدرامية ، والمنوعات ، والمجلة ، وبرامج الأطفال ، والبرامج الدينية ، إضافة إلى البرامج الرياضية ، وتغطيات شؤون الساعة والأخبار .

كما تقوم شركة مجموعة (ARA) – وهي أكبر شركة إنتاج تلفزيوني في المملكة العربية السعودية التي تتبع لها (M.B.C) – بإنتاج العديد من أعمال الدراما والمنوعات والبرامج الوثائقية .

إن هذا الإنتاج الذاتي للبرامج بمختلف أنواعها وأشكالها هو المطلوب في قنواتنا الفضائية العربية لكي نتقي شرور البرامج الوافدة ، وإن كانت الإمكانات المادية غيرمتاحة لأغلب المحطات التلفزيونية العربية ، لذا فمن الضروري أن تنتج قناة الشرق الأوسط البرامج بأنواعها لها ولغيرها لأن إمكاناتها الفنية والبشرية والمادية تمكنها من ذلك .

إن تلفزيون الشرق الأوسط الفضائي يقوم بإنتاج برامج في المناسبات الدينية والوطنية إضافة إلى نقل صلاة التراويح إلى كافة أنحاء العالم حيث تتمتع القناة بانتشار واسع في أرجاء المعمورة وهذه البرامج المنقولة لها أكبر الأثر في نفوس المسلمين في جميع القارات وهذه ظاهرة جيدة حيث بدأت القنوات الأخرى تنقل أيضاً شعائر صلاة التراويح من المسجد الحرام وكذلك شعائر الحج .

الفصـــل الثانــــي

البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية

المبحـث الأول : أهمية البرامج الدينية وأغراضها .

المبحث الثاني : أهداف البرامج الدينية .

المبحث الثالث : أنواع البرامج الدينية .

المبحث الرابع : البرامج الدينية التوجيهية في التلفزيون .

المبحث الأول

أهمية البرامج الدينية وأغراضها

المطلب الأول : الدعوة الإسلامية في حياة الأمة .

المطلب الثاني : حاجة المجتمع المسلم للبرامج الدينية .

المطلب الأول : الدعوة الإسلامية في حياة الأمة :

إن نـزول الوحـي على نبـينا محمد ﴿ﷺ﴾ يعتبر البيان الإعلامي الأول في غار حـراء عندما جـاءه جـبريل (عليـه السلام) وضمـه إلى صـدره وقـال له : ﴿ اقْرأْ .. ﴾ قال : « ماأنا بقارىء » ثلاثاً ، فقال له جبريل (عليه السلام) : ﴿ اقْـرأْ باسْمِ رَبِّكَ الَّذي خَلَقَ ① خَلَقَ الإنسَـانَ منْ عَلَقٍ ② اقْـرأْ وَرَبُّكَ الأَكْـرَمُ ③ الَّذي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ④ عَلَّمَ الإنسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ⑤ ﴾[1] ، ثم أمره الله تعالى بالجهر بالدعوة في قوله تعالى : ﴿ فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ ﴿٩٤﴾ ﴾[2] .

إن مهـمـة الدعوة إلـى الله وبيان شرائعه مهمة عظيمة كلف الله بها نبيه محمد ﴿ﷺ﴾ قال تعالى :

﴿ يَا أَيُّهَا الرَّسُـولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ من رَّبِّكَ وَإِن لَّمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَـالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِـمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ ﴾[3] عندما أمر الله – عز وجل – نبيه ﴿ﷺ﴾ بالبلاغ استخدم أسلوبي: الاتصال الشخصي والجمـعي في تلك الفترة ، إضـافة إلى إرسـال الرسـائل إلى الملوك والأمراء في الجزيرة وخارجها ، ثم حمل لواء الدعوة من بعـده ﴿ﷺ﴾ أصحـابه –رضوان الله عليهم أجمعين– ، ثم التـابعون وأصبحت هناك أمة قائمة على الدعوة إلى الله كما أمرهم الله تعالى :

﴿ وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَأُوْلَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴾[4] .

---

(١) سورة العلق ، آية : ١ – ٥ .

(٢) سورة الحجر ، آية : ٩٤ .

(٣) سورة المائدة ، آية : ٦٧ .

(٤) سورة آل عمران ، آية : ١٠٤ .

إن الدعوة إلى الله عز وجل لم تتوقف وواصلت انتشارها على مر العصور وحاربت الكثير من البدع والانحرافات العقدية والفكرية الباطلة التي دخلت على الأمة الإسلامية ، عن طريق قيام دعوات إصلاحية لها أثرها الإعلامي في مناهضة الفساد العقدي والفكري ، وكانت تستهدف تلك الدعوات إرجاع الأمة إلى العقيدة السليمة التي كان عليها رسول الله ﴿ﷺ﴾ والسلف الصالح من بعده ، ومن هذه الدعوات التي قامت بالتصحيح والإعلام عن عقيدة السلف الصالح دعوة ابن تيمية (رحمه الله) ومن بعده تلميذه ابن قيم الجوزيه ودعوة الشيخ محمد بن عبد الوهاب (رحمه الله) في نجد .

إن هذه الدعوات التي قامت بالإعلام الديني للعقيدة الصحيحة كان لها الفضل بعد الله – سبحانه وتعالى – في إخراج الأمة من الضلال إلى النور ، ومن البدع والخرافات والشرك بالله إلى التوحيد .

ونستطيع أن نقول : إن الإعلام كان ولا يزال أداة لهذا الدين ودعامة له لأن الدين الإسلامي دين دعوة .. والدعوة عمل إعلامي ، ولكي تتضح لنا مكانة الإعلام في الدين الإسلامي ، والعمل الإعلامي في الإسلام بشيء من التفصيل ، يمكن إجمال بعض الحقائق بما يلي :(١)

أولاً :

الحياة الإعلامية الحافلة التي عاشها رسول الإسلام محمد بن عبد الله ﴿ﷺ﴾ ، والداعي الأول لهذا الدين ، وحقق في غضونها منجزات مذهلة في حقل الدعوة الإسلامية استجابة لنداء ربه ، وتحقيقاً للمهمة التي كلفه

---

(١) محيي الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية (القاهرة : مكتبة الخانجي سنة ١٤٠٠هـ) ص ١٤١ .

بها وهي مهمة إعلامية استخدم صلوات الله وسلامه عليه في تبليغها أساليب اتصالية مثل : الاتصال الشخصي ، والجمعي لنشر دعوته، ومارس العمل الإعلامي بصورة أذهلت الخبراء والضاربين في حقل الاتصال ، وقد نهج في دعوته منهجاً إعلامياً خاصاً ، ووضع لهذه الدعوة أصولاً تحوي من الأفكار ما هي بمثابة كنوز لم يكشف النقاب عنها حتى الآن بشكل كاف .

إن المهمة التي نيطت بالرسول ﷺ كانت مهمة إعلامية بالدرجة الأولى تقوم على الإقناع وليس على الإكراه ، تعتمد على الكلمة الطيبة والدعوة بالحسنى وما أكثر الآيات التي تحث الرسول ﷺ على البعد عن الإكراه واستبعاد العنف في الدعوة للإسلام ، فالإسلام ليس بحاجة إلى هؤلاء الذين يدخلون هذا الدين دون إقناع ورضا .

قال تعالى : ﴿ ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾ (١) .

وإذا كان الله قد كلف رسوله بالدعوة والتبليغ دون استخدام العنف أو إكراه أحد على دخول الإسلام فلا بديل إذن لنشر هذه الدعوة السمحة سوى الإعلام بالكلمة الطيبة والإبلاغ للحقيقة الإلهية الخالدة ، وهكذا نستطيع أن ندرك المكانة السامية والأهمية البالغة التي يحتلها الإعلام كأداة رئيسة لنشر دعوة الحق من خلال المهمة الإعلامية التي نيطت برسول الإسلام ، من واقع القرآن الكريم ، ومن خلال الإنجاز الهائل الذي حققه في هذا الصدد .

---

(١) سورة النحل ، آية : ١٢٥ .

ثانياً :

تتأكد لنا المكانة السامية التي يتبوؤها العمل الإعلامي في الإسلام أيضاً إذا أدركنا أن المهمة الإعلامية لم تكن قاصرة على صاحب الرسالة وحده أو على الدعاة المتخصصين والمتفرغين لشؤون الدعوة الإسلامية فقط ، ولكن هذه المهمة تمتد لتشمل المسلمين جميعاً ، ذلك أن الله سبحانه وتعالى قد كلف بها كل مسلم عاقل .

والمقصود بالدعوة إلى الله ، الدعوة إلى دينه وإبلاغ رسالته إلى الناس ، بل إن المهمة الاعلامية هي التي ميز الله بها أمة الإسلام على سائر الأمم الأخرى ، مهمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ، وعلى كل مسلم أن يأخذ على عاتقه أداء المهمة الإعلامية التي كلفه بها ربه والتي تتمثل في الدعوة إلى الله والتي فضل الله الذين يتصدون لها وميزهم وقربهم إليه عمن سواهم وفي ذلك يقول سبحانه وتعالى : ﴿ **وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلاً مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ** ﴾ (١) .

وهكذا يتضح لنا أن أمة الإسلام هي الأمة التي خصها الله بالدعوة إليه وجعلها بذلك تفوق جميع الأمم الأخرى ، وأصبح لزاماً على المسلمين بعد ذلك ألا يفرطوا في دعوة الحق ، وألا يتقاعسوا عن تحمل هذه المسؤولية الإعلامية حتى لا يفقدوا مكانتهم عند خالقهم ؛ بل وجب عليهم الاهتمام بالعمل الإعلامي وتعميمه ، وتربية أولادهم على هذا المنهج ، فإذا نجحت هذه الأمة في تحقيق ذلك ، وأصبح كل مسلم يشعر بأنه ملزم بتقويم كل خطأ يقابله ، وتصحيح أي اعوجاج في بيته أو عمله أو دائرة نشاطه وتحركه ، فإن في ذلك صلاحاً للمسلمين كافة وانتصاراً لأمتهم على سائر الأمم .

---

(١) سورة فصلت ، آية : ٣٣ .

ثالثاً :

إن التقصير في الدعوة إلى الله من قبل أي مسلم عاقل ، وبعبارة أخرى أن التقصير في تحمل المسؤولية الاعلامية الإسلامية يعني عدم الامتثال لأوامر الله عز وجل .

رابعاً :

والحقيقة الرابعة التي تؤكد مكانة الإعلام وأهميته في الدين الإسلامي تتمثل في تكريم الله سبحانه وتعالى للعلماء ، والتأكيد على أنهم يتمتعون بمنزلة أرفع من منزلة غيرهم من المسلمين العاديين ، ذلك أن الله سبحانه وتعالى قد كرم العلماء ورفع منزلتهم لأنهم ورثة الأنبياء في الدعوة إلى الله وهداية الناس إلى طريق الخير وإضاءة طريق الحق لغيرهم وإرشادهم إلى سواء السبيل .

قال تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُزُوا فَانشُزُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ (١١) ﴾ [١] .

خامساً :

إن رسول الله ﴿ﷺ﴾ أدرك أنه من الأهمية بمكان استثمار أشكال وأساليب وسائل الإعلام المتاحة آنذاك بين عرب الجزيرة ، وعدم إسقاط هذه الأشكال والأساليب من حسابه ، ولكنه قام بتعديل مسارها وتطوير أهدافها لخدمة الإسلام بعد أن كانت تتوجه لبث الخلافات وإثارة القلاقل وإشعال الفتن وتعميق الشرور المنتشرة بين عرب الجاهلية ، ومن أبرز الأساليب والأشكال :

(١) سورة المجادلة ، آية : ١١ .

١- القصيدة الشعرية :

لقد كان الشعر واحداً من أبرز أساليب الاتصال بين العرب في العصر الجاهلي ، وكان الشعر يؤدي دوراً اعلامياً أشبه بالدور الذي تقوم به الصحف في عصرنا الحاضر ، ولكنه كان تسيطر عليه أخلاق وقيم الجاهلية فكان أسلوب للتفاخر بالحسب والنسب وبالقوة والسيطرة والغنى والكثرة العددية ، وحين جاء الإسلام استفاد من القدرات الاعلامية للقصيدة الشعرية ، ولم يرفض الإسلام هذه الأساليب الإعلامية المهمة ولكن الرسول﴿ﷺ﴾ أدرك أهمية هذا الأسلوب الذي يستخدمه أعداؤه يهاجمون بها دعوته ويوجهون له من خلالها الاتهامات والدعاوى الباطلة فما كان منه إلا أن جعل القصيدة الشعرية واحدة من الأساليب الفاعلة لحمل رسالة الإسلام .

وبرز من شعراء الإسلام من أسهم بفاعلية في نشر دعوة الحق وهؤلاء هم الذين وصفهم القرآن الكريم بقوله : ﴿ **وَالشُّعَرَاءُ يَتَّبِعُهُمُ الْغَاوُونَ (٢٢٤) أَلَمْ تَرَ أَنَّهُمْ فِي كُلِّ وَادٍ يَهِيمُونَ (٢٢٥) وَأَنَّهُمْ يَقُولُونَ مَا لا يَفْعَلُونَ (٢٢٦) إِلاَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَذَكَرُوا اللَّهَ كَثِيرًا وَانتَصَرُوا مِنْ بَعْدِ مَا ظُلِمُوا وَسَيَعْلَمُ الَّذِينَ ظَلَمُوا أَيَّ مُنقَلَبٍ يَنقَلِبُونَ (٢٢٧)** ﴾ (١) .

٢- الخطابة :

وهي إحدى الأساليب الإعلامية القديمة التي ازدهرت بين كثير من الأمم والحضارات القديمة ، وكان هذا الأسلوب يؤدي دوراً مؤثراً في حقل الإعلام بين عرب الجاهلية ، وبرز بين هؤلاء خطباء مبدعون مثل : قس بن ساعدة الأيادي الذي اشتهر بخطبه التي كانت تدعو إلى التأمل في

---

(١) سورة الشعراء ، الآيات : ٢٤٤ - ٢٢٧ .

الطبيعة وإدراك الذات الإلهية من واقع الأمور الكونية وقد سمعه الرسول ﴿ﷺ﴾ وأعجب به قبل الإسلام .

وقد عرف الإسلام قيمة الخطابة وأدرك الرسول أهميتها الإعلامية فلم يسقطها أيضاً من حسابه ولكنه استثمرها لتؤدي دورها في نشر الإسلام والإعلام بحقائقه ، وقد أدت الخطبة النبوية دوراً بارزاً في هذا الصدد منذ أن صعد الرسول جبل الصفا ليعلم قومه بما جاءه من عند ربه امتثالاً لقوله تعالى : ﴿ وَأَنذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ (٢١٤) ﴾ [١] .

واستمر هكذا حتى خطبة الوداع التي أشهد فيها ربه على أنه أبلغ الرسالة وأدى الأمانة . وقد نهج نهجه في هذا الصدد خلفاؤه الراشدون وصحابته الأولون في الاستعانة بالخطبة للإعلام عن الإسلام ولأبي بكر وعمر وعثمان وعلي (رضي الله عنهم) وغيرهم من أوائل المسلمين خطب خالدة تعوزها الدراسة الإعلامية المتأنية لاستخلاص دلالاتها ؛ ذلك أنها كانت مضرب الأمثال في عظمة الفكرة وخلود المعنى والقدرة البالغة على تطويع الكلمة لخدمة رسالة الإسلام ، لذا نجد أن الإعلام الديني في عصور الإسلام الأولى اعتمد على أسلوبي : الاتصال الشخصي والجمعي [٢] في تبليغ دعوة الله - عز وجل - للناس أجمعين ، إلا أن اليوم برزت وسائل وأساليب اتصال حديثه ، تستطيع الاتصال بملايين البشر في لحظة واحدة ، ومن أهم تلك الوسائل (التلفزيون) الذي يمكن استخدامه كوسيلة فاعلة في مجال الدعوة إلى الله [٣] ، وكذلك يمكن

---

(١) سورة الشعراء ، آية : ٢١٤ .

(٢) حامد عبد الواحد ، **الإعلام في المجتمع الإسلامي ، دعوة الحق** ، عدد(٣٢) (مكة المكرمة : إدارة الصحافة والنشر برابطة العالم الإسلامي ، سنة ١٤٠٤هـ) ص ٩٩ .

(٣) عبد الخالق عبد الوهاب ، « **الإذاعة والتلفزيون في مجال الدعوة الإسلامية** » ، (رسالة دكتوراه - قسم الدعوة ، كلية أصول الدين ، جامعة الأزهر ، سنة ١٣٩٦هـ) ص ٥٧٩ .

استخدامه في التوجيه الديني ، وحث المسلمين على أداء فرائض الله وواجبات الإسلام على الوجه الصحيح[١] ، خاصة في حقبة البث الفضائي المباشر وما صاحبه من برامج هابطة لها خطورة بالغة على عقيدة المسلمين [٢] ، وأفكار هدامة باسم الحرية والديمقراطية تحاول هدم أركان الدين الإسلامي ؛ الأمر الذي يستوجب معه مقاومة هذا الهدم الفضائي لعقيدتنا وقيمنا وأخلاقنا ، ببث برامج دينية تربط الجمهور المسلم بعقيدته ، وتشرح له تعاليم دينه ، وتساعده في حل مشكلاته الاجتماعية ، وبذلك تصبح البرامج الدينية امتداداً للدور الإعلامي في الدعوة إلى الله باستخدام وسائل اتصال حديثة ، وتصبح البرامج الدينية جهداً دعوياً بأسلوب وتقنيات متطورة ، فالدعوة الإسلامية استخدمت في الماضي كل وسائل الاتصال التقليدية ، واليوم يجب عليها أن تستثمر أيضاً التقنية العالية في عالم الاتصال البشري لتنشر دين الله – عز وجل – الذي يتصف بالعالمية وللناس أجمعين .

---

(١) انظر كلاً من :

أ – محيي الدين عبد الحليم ، « **الإعلام الديني وأثره في الرأي العام** » (رسالة دكتوراه ، قسم الإذاعة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، سنة ١٩٧٨ م) ص ٦.

ب – علي شاهين ، « **وسائل الدعوة في العصر الحديث** » (رسالة دكتوراه ، قسم الدعوة ، كلية أصول الدين ، جامعة الأزهر ، سنة ١٤٠٦) ص ٥٨٩ .

(٢) انظر : التحديات العقدية للبث المباشر .

أ – عبد القادر طاش ، **الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي** ، ط ١ (الرياض : مكتبة العبيكان ، سنة ١٤١٦هـ) ص ٣٦ .

ب – ناصر الحميدي ، « **البث التلفزيوني المباشر وتحدياته للتربية في المملكة العربية السعودية** » (رسالة ماجستير ، كلية التربية ، جامعة أم القرى ، سنة ، ١٩٩٢م) ص١٠٠ .

المطلب الثاني : حاجة المجتمع المسلم للبرامج الدينية :

إن الحاجة لتقديم برامج دينية تلفزيونية في وقتنا الحاضر مهم جداً في ضوء إفرازات وسائل الاتصال الحديثة وخاصة التلفزيون بقنواته الفضائية المتعددة ؛ وما صاحب هذا البث من هدم أخلاقي وتوليد عادات وتقاليد خارجة عن قيمنا الإسلامية ؛ إضافة إلى ذلك أن الدعوة إلى الله – عز وجل – بما لها من مهمة عظيمة في تبليغ هدى الله للناس أجمعين تحتاج إلى استخدام كل وسيلة متاحة للاتصال بالجماهير وإعلامهم هدي الله على الوجه الصحيح ؛ فالدعوة وإن استخدمت وسائل وأساليب اتصالية قديمة في عهد الدعوة الأول وعهود الدعوات الإصلاحية بعد ذلك ، إلا أنها اليوم بحاجة إلى استخدام وسائل الاتصال الحديثة وأساليبه لتسير على نهج الدعوة السابق نفسه في نشر هدي الله ومحاربة البدع والأفكار والقيم الخارجة عن ديننا الحنيف ، ومن هنا جاءت الحاجة إلى بث برامج دينية متخصصة لأن هناك عدة عوامل تؤكد حاجة المجتمع المسلم لها ومن تلك العوامل :(١)

(١) زيادة نسبة الأمية في المجتمعات الإسلامية ، مما يقلل الاعتماد على الكتاب أو الصحيفة ، وزيادة الحاجة إلى التلقي من غير الوسائل المقروءة .

(٢) زيادة تكلفة الكتب وسهولة تلقي المعلومة من خلال المشاهدة .

(٣) طريقة تلقي المعلومة في برامج الأحادث الدينية والندوات في المنزل ، بما تحتوي من حرية الحركة ومشاهدة البرامج بالوضع المريح للمتلقي ، والتي لاتتوافر في المحاضرات العامة أو خطبة الجمعة . وأضيف هنا بعض العوامل الأخرى وهي :

(٤) أن هناك قضايا ومشكلات أفرزتها الحضارة ، مما يستوجب معها قيام بعض الندوات الدينية لمناقشتها وبيان شرع الله فيها .

(٥) يظهر من برامج الفتاوى المقدمة من بعض الفضائيات العربية كثرة المتصلين تليفونياً بالبرامج لمعرفة أحكام فقهية من شتى بقاع العالم ، ولا يستطيع معه وقت البرنامج الديني تغطية نصف تلك الاتصالات مما يؤكد وجود زيادة كثافة برامج الفتاوى لما فيها من فائدة للمسلمين .

---

(١) خالد أبو الخير ، برامج الأحاديث الدينية التلفازية ، مرجع سابق ، ص ١٧ .

(٦) هناك شعائر ومناسبات دينية مثل : (الحج ، ورمضان ، والأعياد) يحتاج معها المسلمون إلى إبراز واجباتهم نحوها ، وكيفية استقبال هذه المناسبات والشعائر على الوجه الشرعي الصحيح .

إن حاجة المجتمع المسلم إلى البرامج الدينية ، حاجة ملحة ، بل إن علماء المسلمين منهم من طالب بقنوات إسلامية تواكب تطور العصر وتحمل رسالة الإسلام إلى كافة شعوب العالم ؛ وإذا كانت التحديات التي فرضت على عالمنا الإسلامي أظهرت بعض الأنشطة الدينية المتخصصة مثل : البرامج الدينية في بعض القنوات التلفزيونية إضافة إلى إذاعات وقنوات دينية ، إلا أن المواجهة تتطلب الكثير من الجهود لبناء إعلام دعوي ينتقل من حالة التنظير والدراسات إلى ميدان العمل في حقول الإعلام المختلفة وخاصة « التلفزيون » الذي أفرز الكثير من السلبيات في مجتمعنا في ظل التطور الذي طرأ عليه وبخاصة في حقبة البث المباشر ، وما ترك من آثار سلبية نذكر منها :

(١) الأثر العقدي :

تمثل الآثار السلبية للبث المباشر فيما يتعلق بالجانب العقدي في الأمور الآتية :(١)

أ - خلخلة عقيدة المسلمين والتشكيك فيها ، وذلك عبر وسائل متعددة حتى يعيش المسلم في حيرة واضطراب .

ب - إضعاف عقيدة الولاء والبراء والحب والبغض في الله .

ج - تقليد النصارى في عقيدتهم وذلك باكتساب كثير من عاداتهم المحرمة التي تقدح في عقيدة المسلم كالانحناء ، وليس القلائد والصلبان ، وإقامة الأعياد العامة والخاصة .

د - إظهار بلاد الكفار بأنها بلاد الحرية والعدالة ، وذلك بما يتاح للفرد فيها مما لايجده في بلاد المسلمين .

---

(١) إبراهيم الدعيلج ، البث المباشر الآثار والمواجهة تربوياً وإعلامياً ، مرجع سابق ، ص ١٤٣ .

هـ- نشر الكفر والإلحاد حيث إن كثيراً من شعوب تلك الدول لايؤمنون بدين ولا يعترفون بعقيدة سماوية .

ويضيف الحميدي سلبيات عقدية أخرى تتمثل في جانبين هما :(١) .

أ - إثارة الفتن والخلافات المذهبية في صفوف المسلمين من خلال إثارة الفتن الداخلية بين المسلمين ، أو بين المسلمين والمسيحيين في البلاد المسلمة التي تضمن مواطنين مسيحيين .

ب- تعزيز التوعية المادية من خلال إرجاع الأحداث إلى المادة ، وإغفال القدرة الإلهية ، ومن ثم تعزيز الجانب المادي على الجانب العقدي لدى ضعاف الإيمان .

وقد انعقد في هولندا مؤخراً اجتماع عالمي للتنصير رأسه المسيحي (جراهام بيللي) والذي أعلن خلاله أنه يستعد ويخطط من الآن « لحملة صليبية عالمية لنشر المسيحية عام ١٩٨٩م يتم في استخدام الأقمار الصناعية » (٢) .

ومن أهم الآثار السلبية للبث المباشر التي تتمثل في الجانب العقدي أن الفاتيكان وافق على المشروع الكاثوليكي (جوسان) الذي يتمثل في إنشاء محطة تلفزيونية كبيرة للبث المباشر لكافة أنحاء العالم تتعلق بالتنصير ونشر تعاليم الإنجيل من خلال ثلاثة أقمار صناعية ، وسمي بمشروع (لومين ٢٠٠٠) حيث يعتبر المشروع الأول من نوعه لسيطرته الإعلامية على مختلف قارات العالم ولاسيما قارتي إفريقية وآسيا حيث يكثر فيهما المسلمون .

وتأكيداً على أن العقيدة الإسلامية مستهدفة من قبل أعداء الله تعالى وأعداء الإسلام والمسلمين فإن « الديانتين : المسيحية واليهودية ترتبطان فيما بينهما برباط عقدي قوي ، ويعتقد معتنقوها وخاصة المسيحيين منهم أنهما - أي الديانتين - مكملتان لبعضها بعضاً ، فإن العقيدة الإسلامية في المقابل بحكم استقلاليتها وقوة انتماء المسلمين لها وإمكانية اعتناقها من قبل أصحاب العقائد الأخرى تصبح هدفاً رئيساً للهجوم بأي سلاح كان ، وبأي وسيلة كانت ، مباشرة أو غير مباشرة » (٣) .

---

(١) ناصر الحميدي ، « **البث التلفزيوني المباشر وتحدياته للتربية في المملكة العربية السعودية** » ، مرجع سابق ص٦١ .

(٢) إبراهيم الدعيلج ، **البث المباشر** ، مرجع سابق ، ص ١٤٣ .

(٣) ساعد العرابي الحارثي ، **البث المباشر حرب بالكلمة والصوت والصورة** ، المجلة العربية ، الرياض ، ص ٢٦ .

(١) الأثرالأخلاقي :[١]

ينجم عن البث المباشر آثاراً سلبية على الجانب الأخلاقي لأبناء الأمة الإسلامية منها مايلي :

١- شيوع الرذيلة وسهولة ارتكابها ، حتى أصبحت أمراً عادياً في بعض المجتمعات.

٢- تعويد الناس على وسائل محرمة هي بريد للفتنة وسبيل إليها ، كالخلوة والاختلاط والمغازلة .

٣- نشر الإباحية والاختلاط والسفور التي تخالف القيم والأخلاق الإسلامية .

٤- الترويج للعنف والجريمة من خلال الأفلام وغيرها .

٥- التعود على رؤية المنكر وعدم إنكاره من خلال المواد المختلفة للبث المباشر .

٦- تفجير الغرائز والبحث عن سبل غير شرعية لتصريفها وذلك لما يرد في الأفلام من عري فاضح مع اختيار أجمل النساء للقيام بأدوار معينة في الأفلام حتى أن بعضهن لادور لهن إلا لعرض مفاتنها .

٧- الدعاية لأمور محرمة تؤدي إلى الإنحراف ، كدعايات شرب الخمر ، والمسكرات بجميع أنواعها .

٨- بث الأفلام الدعائية التي ترغب المشاهد في السفر للخارج ، مع مايحدث هناك بعد ذلك .

٩- بعض الأفلام التي تدعو إلى المخدرات بطريقة مباشرة أو غير مباشرة .

١٠- النظر إلى ماحرم الله وبخاصة صور النساء الفتنات المفتونات .

١١- سماع الغناء والموسيقى ونحوهما .

(٢) الأثر الاجتماعي :[٢]

تتمثل سلبيات البث المباشر على الجانب الاجتماعي فيما يلي :

١- التأخر عن الزواج ، وتفشي الطلاق ، ومحاربة تعدد الزوجات ، ولقاءات الفتى والفتاة بعد الخطبة وقبل العقد برضى الأهل .

---

(١) إبراهيم الدعيلج ، **البث المباشر** ، مرجع سابق ، ص ١٤٧ .

(٢) المرجع السابق ص ١٥٢ .

٢- انصراف المرأة للأزياء العالمية وآخر صرعات الموضة ، وتقليد المرأة الغربية في كثير من أسلوب حياتها ، كالخروج من المنزل ومحادثة الرجال .

٣- سيطرة المرأة على الرجل ، وضعف القوامة بدعاوى الحرية وتساوي الحقوق .

٤- دخول كثير من العادات الغربية إلى بيوت المسلمين والإعجاب بالنمط الغربي للحياة .

٥- ضعف القيام بحقوق الوالدين ، وقطع الأرحام ، وتفكك الأسر ، وإهمال حقوق الجيران .

٦- الأنانية وحب الذات وضعف الروح الجماعية وعدم نصرة المظلوم .

إن هذه الآثار السلبية على مجتمعنا يستوجب معها مقاومة ذلك الهدم عن طريق تقديم برامج دينية مكثفة في الفضائيات ، فالمجتمع المسلم بمختلف فئاته وسماته الاجتماعية والذي يتعرض لكل هذا الهدم العقدي والاجتماعي والأخلاقي ، لهو في أمس الحاجة لبث مضمون ديني يعيد بناء المجتمع على العقيدة الصحيحة والأخلاق الإسلامية الفاضلة ، فالبرامج الدينية مهمة جداً لمجتمعنا على ضوء ماقدمناه من خطورة الوضع الحالي في القنوات الفضائية التي تقدم ألواناً من المخالفات الشرعية في برامجها .

المبحث الثاني

أهداف البرامج الدينية

- توطئة .
- أهداف البرامج الدينية .

- **توطـــئة** :[١]

إن الإعلام الذي نستخدمه اليوم يعد من إفرازات الحضارة الغربية الذي نشأ تحت نظريات من إنتاج بشري ، وفي هذا الخضم المتلاطم من النظريات البشرية كان طبيعياً أن يساير الإعلام بمفاهيمه ونظرياته ماتسمت به العلوم الإجتماعية والإنسانية والمفاهيم الاقتصادية للمجتمع المتعايش معه ، وكان أمراً طبيعياً أن ينعكس صراع الطبقات والميل للعنف والتحليلات الجنسية النفسية على إنتاج وسائل الإعلام الغربية .

وقد صاحب الإعلام في المجتمعات الغربية ذلك الانبثاق المادي للحياة في تلك المجتمعات ، فكسبت مسيرة الإعلام خصائصها ، واكتسبت ميزاتها ، فجاءت نظرة الإعلام الغربي وفلسفته ومنطلقاته نابعة منها وأضحت لها مفاهيم تعني بكل مايثري الجانب المادي للحياة .

والحقيقة التي لامراء فيها هي أن الإعلام الغربي قد أحسن الإفادة من الثورة التقنية ، فقد صاحب التطور الضخم في الحضارة الغربية تطوراً مماثلاً ، وربما بمعدلات أسرع في مجال تقنية الوسائل الإعلامية وإن لم يتغير المضمون فقد تغيرت الدوافع والأشكال ، فالإعلام الغربي أصبح له سمتان :

الأولى : عدم الاكتراث بالجانب الروحي ، وتعزيز الدعوة إلى العلمانية بفصل الدين عن الدولة كرد فعل لتسط رجال الكنيسة .

الثاني : الإغراق في المادية إلى الحد الذي أصبحت عربة الحضارة الغربية معه هي التي تقود سائقها وليس العكس ، وتحولت الحياة إلى غابة من الآلات والمعدات الثقيلة والخفيفة ، تاه فيها الإنسان .

وفي ظل انبهار العالم الإسلامي الطبيعي والمنطقي بالحضارة الغربية ، ووسائل التقنية المتقدمة التي مكنت لنظريات ومفاهيم الإعلام الغربي من الإنتشار ، فدخلت مفاهيم ونظريات الإعلام الغربي إلى عالمنا ، فقامت صناعة الإعلام العربي الإسلامي على الأسس والمبادىء والقيم التي نفسها قامت عليها تلك الصناعة في بلاد الغرب وبرز جيل من قيادات العمل الإعلامي في العالم العربي والإسلامي مشبعاً بالأفكار والثقافة الغربية .

---

(١) محمود محمد سفر ، **الإعلام موقف** ، ط ١ (جدة : مكتبة تهامة ، سنة ١٤٠٢هـ) ص ٤٤ .

وفي المقابل تحرك الغيورون على الإسلام من الدعاة ورجال الإعلام في عالمنا الإسلامي نحو تصحيح مسار الإعلام ووضع ضوابط له .

فصدر عن مؤتمر الإعلام الإسلامي الأول بجاكرتا ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي ، ليلتزم به الإعلاميون المسلمون في نطاق عملهم ، وهو مكون من أربع مواد :(١)

المادة الأولى :

الإلتزام بترسيخ إيمانه بقيم الإسلام ومبادئه الخلقية ، وبالعمل على تكامل شخصيته الإسلامية ، وبتقديم الحقيقة له خالصة في حدود الآداب الإسلامية ، وبتبيين واجباته له تجاه الآخرين وبحقوقه وحرياته الأساسية .

المادة الثانية :

يعمل الإعلاميون على جمع كلمة المسلمين ، ويدعون إلى التحلي بالعقل والأخوة الإسلامية والتسامح في حل كل مشكلاتهم ، ويلتزمون بمجاهدة الاستعمار والإلحاد بكل أشكاله ، والعدوان بشتى صوره ، والحركات الفاشية والعنصرية ، وبمجاهدة الصهيونية واستعمارها الاستيطاني ، وأشكال القمع والقهر التي يمارسها العدو الصهيوني ضد الشعب الفلسطيني والشعوب العربية ، وباليقظة الكاملة لمواجهة الأفكار والتيارات المعادية للإسلام .

المادة الثالثة :

الالتزام بالتدقيق فيما يذاع وينشر ويعرض للأمة الإسلامية من التأثيرات الضارة بشخصيتها الإسلامية وبقيمها ومقدساتها ودرء الأخطار عنها ، وبأداء رسالتهم في أسلوب كريم حرصاً على شرف المهنة وعلى الآداب الإسلامية ، فلا يستخدمون ألفاظاً نابية ، ولا ينشرون صوراً خليعة ولا يتعرضون بالسخرية والطعن الشخصي والقذف والسب والشتم وإثارة الفتن ونشر الشائعات وسائر المهاترات ، وبالامتناع عن إذاعة ونشر كل مايمس الآداب العامة أو يوحي بالانحلال الخلقي ، أو يرغب في الجريمة والعنف والانتحار ، أو يبعث الرعب أو يثير الغرائز بطريق مباشر أو غير مباشر ، وبالامتناع عن إذاعة الإعلان التجاري ونشره في حالة تعارضه مع الأخلاق العامة والقيم المهنية .

---

(١) محمود محمد سفر ، الإعلام موقف ، مرجع سابق ، ص١٠٥ .

المادة الرابعة :

الالتزام بنشر الدعوة الإسلامية ، والتعريف بالقضايا الإسلامية ، والدفاع عنها وتعريف الشعوب الإسلامية بعضها ببعض ، والاهتمام بالتراث الإسلامي ، والتاريخ والحضارة الإسلامية ، ومزيد العناية باللغة العربية ، والحرص على سلامتها ونشرها بين أبناء الأمة الإسلامية وبالخصوص بين الأقليات الإسلامية ، وبإحلال الشريعة الإسلامية محل القوانين الوضعية لاسترجاع السيادة التشريعية للقرآن والسنة ، ويتعهدون بالمجاهدة من أجل تحرير فلسطين وفي مقدمتها القدس وكافة الأقطار العربية المضطهدة ، والالتزام بتثبيت فكرة الأمة الإسلامية المنزهة عن الإقليمية الضيقة ، والتعصب العنصري والقبلي واستنهاض الهمم لمقاومة التخلف في جميع مظاهره ، وتحقيق التنمية الشاملة التي تضمن للأمة الازدهار والرقي والمناعة .

ومن هذا الميثاق ظهر نشاط إعلامي متخصص في علوم الدين في أغلب وسائل الإعلام العربية الإسلامية ، ومن هذا النشاط الإعلامي المتخصص : البرامج الدينية في التليفزيون ، فما مفهومها ؟ وما الأهداف التي تسعى إليها ؟

أهداف البرامج الدينية :

معنى البرنامج :

١- لغة : (البرنامج) الورقة الجامعة للحساب ، والتي يرسم فيها مايحمل فيها من بلد إلى بلد من أمتعة التجار وسلعهم ، والنسخة التي يكتب فيها المحدِّث أسماء رواته وأسانيد كتبه والخطة المرسومة لعمل ما لبرامج الدرس والإذاعة ، جمعه برامج [١] .

٢- اصطلاحاً : « هو صيغة إذاعية مسموعة أو مرئية في مدة زمنية دورية (يومية أو أسبوعية) تعالج موضوعاً معيناً ، وتختلف تلك الصيغة حسب الشكل والمضمون والمتلقي » [٢] .

إن الدراسات الحديثة للبرامج التي جرت قسمت البرامج بمختلف أنواعها إلى سبعة تصنيفات ، وتعد البرامج الدينية أو ذات المضمون الديني ضمن أحد هذه التصنيفات باعتبارها من البرامج الموجهة حسب تقسيم منظمة اليونسكو في استفتاء دولي أجرته ، [٣] لذا فإن البرامج الدينية تدخل في إطار المضمون الإعلامي المتخصص الذي خضع لكثير من الدراسات التي حددت تعريفه [٤] ، وقد اقتصر الباحث على تعريف راجح ودقيق للبرامج الدينية خلصت إليه ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج .

---

(١) مجمع اللغة العربية ، « المعجم الوسيط » ، ج١ ، ط٢ ، (القاهرة : دار الفكر ، سنة ١٩٩٠م) ص٥٢ .

(٢) عبد الخالق عبد الوهاب ، دراسات إعلامية في البرامج التوجيهية ، بحث غير منشور ، ص ٢ .

(٣) انظر كلاً من :

- نواف عدوان « نحو تصنيف عربي موحد للبرامج التليفزيونية » مجلة البحوث ، بغداد : العدد الثاني ، المركز العربي لبحوث المستعمين والمشاهدين (سنة ١٩٨١م) ، ص ٣٢ .
- سهير الجاد ، عبد العزيز شرف ، البرامج التليفزيونية والإعلام الثقافي (القاهرة : الهيئة العامة للكتاب ، ١٩٨٧م) ، ص ٤٩ .

(٤) انظر :

- ابراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامي (القاهرة : دار الفكر العربي ، د . ت) ص ٣١ .
- عبد اللطيف حمزة ، الإعلام في صدر الإسلام (القاهرة : دار الفكر ، سنة ١٩٧٨م) ص ١٠٤ .

« النشاط الإعلامي المتخصص في علوم الدين في إطار الإعلام العام الملتزم بالإسلام » [١] .

وفق هذا التعريف نستطيع أن نوضح أهداف البرامج الدينية بأنها لاتخرج عن الأهداف المشروعة التي حددها الإسلام ، وبالنظر إلى تحديد مفهوم البرامج الدينية والمهمة التي تقوم بها ، فإن البرامج الدينية نجدها تختص بمهمة نشر الدين الإسلامي وعلومه وشريعته وأخلاقه وآدابه بين المسلمين وغير المسلمين ، ولها أغراض منها :[٢]

١- الإعلام عن الدين .

٢- الدفاع عن الدين .

٣- الدعوة إلى الدين .

والبرامج الدينية المتخصصة بهذا المفهوم تدخل في إطار الإعلام الإسلامي الراشد وأهدافه وهذه الأهداف تنقسم إلى قسمين : [٣]

القسم الأول :

أهداف تدعيم الإسلام ، انطلاقاً من مبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر .. ويندرج تحت هذا القسم الأهداف الآتية :

(١) ترسيخ عقيدة الإيمان بالله الواحد الأحد في نفوس الناس .

(٢) النهوض بالمستوى الفكري والحضاري والوجداني للمواطنين ، وترقية اهتمامات الناس ، ومحو الأمية الحرفية والحضارية .

(٣) علاج المشكلات الاجتماعية والاقتصادية من خلال المنظور الإسلامي .

(٤) الدعوة إلى وحدة الأمة الإسلامية وتآلفها وانسجامها ، وإزالة أسباب الشحناء والبغضاء فيما بينها .

---

(١) سيد محمد ساداتي ، البرامج الإعلامية بين الواقع والأمل ، (الرياض ، دار عالم الكتب ، سنة ١٤٠٧هـ) ص٨ .

(٢) محروس عبد الوهاب ، البرامج الدينية في الإذاعات الموجهة ، مجلة الفن الإذاعي ، عدد (١٠٤) سنة ١٩٨٥م ، ص ٦١ .

(٣) سعيد بن علي ثابت ، الحرية الإعلامية في ضوء الإسلام ، ط ١(الرياض : دار عالم الكتب ، سنة ١٤١٢هـ) ص ١٢٠ .

القسم الثاني :

تعميم الإسلام وإعلاء كلمة الله في الأرض ، ونشر كلمة التوحيد الخالص ، وقيم الإسلام العليا ، وهذا الهدف الإستراتيجي يقوم به الإعلام الإسلامي – من خلال برامجه الدينية – نيابة عن الأمة جمعاء ، وأداءً لواجب البلاغ المبين ، وانطلاقاً من عالمية الدعوة الإسلامية ، إضافة إلى ذلك هناك أهداف ومرتكزات أخرى للسياسة الإعلامية في المجال الديني كما يرى بعض الباحثين ، وهذه الأهداف هي :[1]

(١) التعريف الصحيح للإسلام من حيث إنه عقيدة ومنهج كامل للحياة .

(٢) العمل على نشر الإسلام وتعميقه في نفوس الجماهير المستهدفة .

(٣) التعريف الصحيح بمبادىء الإسلام الخمس .

(٤) الربط بين الالتزام بالإسلام وتقدم المجتمع ورفاهيته .

(٥) نشر الثقافة الإسلامية وتعميقها من خلال القرآن الكريم والسنة النبوية ، وتشجيع حفظ القرآن ، ودراسة السنة .

(٦) التعريف بالشخصيات الإسلامية التي كان لها دور في التاريخ الإسلامي .

(٧) تسليط الضوء على الأحداث والوقائع الإسلامية التي كانت ذات تأثير في الإسلام .

(٨) عرض وتقديم الحل الإسلامي الناجح للمشكلات التي تواجه البشرية وتهددها مع إمكانية تطبيق الحلول الإسلامية لهذه المشكلات .

(٩) تقديم مآثر الدين الإسلامي الحنيف من خلال شخصية الرسول ﷺ وشخصيات الصحابة والسلف الصالح .

(١٠) إبراز معنى الجهاد في الإسلام وضرورته .

(١١) الرد على المزاعم والأكاذيب التي من شأنها الإساءة للإسلام والمسلمين .

(١٢) التعرف على أحوال المسلمين في شتى بقاع الأرض وخاصة الأقليات الإسلامية .

وعلى ضوء هذا التحديد الذي أشار إليه بعض المختصين في مجال الإعلام

---

(١) ماجي الحلواني ، الإعلام الإسلامي ، التحديات والمواجهة ، ط١ (جدة : مكتبة مصباح ، سنة ١٤١١هـ) ص ٢٣ .

للأهداف التي ينبغي أن تكون عليها البرامج الدينية ، فإنه من الواجب على القنوات التلفزيونية الفضائية الالتزام بتلك الأهداف المشروعة ، والعمل في إطارها ، وبلورة جميع برامجها الدينية في نطاق هذه الأهداف المشروعة ، لكي يظهر إعلامنا الإسلامي – الذي تعد البرامج الدينية في التلفزيون جزءاً منه – بالمظهر اللائق والمتوافق مع تعاليم الإسلام ، ومبادئه ، ويؤدي الخدمة المرجوة منه للإسلام والمسلمين ؛ وعلى الرغم من وجود برامج دينية متخصصة على خرائط البث اليومي في قنوات التلفزيون الفضائية العربية المذكورة آنفاً حققت أغلب الأهداف ، إلا أن الاهتمام بالبرامج الدينية دون المستوى المطلوب – كما أثبتت الدراسة التحليلية على البرامج الدينية في بعض القنوات الفضائية – في ظل غياب التخطيط البرامجي غير الجيد لها ، والذي أظهر ضعفاً في مجمل محتواها ، وكل هذه السلبيات كانت نتيجة عدم تدريب كوادر إعلامية كافية في الإعلام الديني ، وعدم الاستفادة من الدراسات النظرية والميدانية في هذا الحقل .

المبحث الثالث

أنواع البرامج الدينية

المطلب الأول : أنواع البرامج وتطورها .

المطلب الثاني : أنواع المضمون الديني .

المطلب الأول : أنواع البرامج وتطورها :

إن فكرة عمل دراسات على أنواع البرامج بدأت حينما توسعت اليونسكو في نطاق أبحاثها بشتى أنواعها ، ولعل أول الدراسات البرامجية في هذا الصدد ، تلك الدراسات المقارنة الشهيرة لأسبوع من برامج الراديو ، وأسبوع من برامج التليفزيون ، وهي دراسة استجابت لها ٤٣ محطة راديو ، و ٢٦ محطة تليفزيون ، وكانت اليونسكو في ذلك الوقت عام (١٩٦٠م) تصنف البرامج إلى الأنواع الآتية :

الأخبار ، الترفيه ، التثقيف ، والبرامج الخاصة .[١]

أما الدراسات البرنامجية الحديثة التي أجريت في هذا العقد من سبعينات القرن العشرين فتقسم البرامج إلى سبعة تصنيفات على النحو الآتي :[٢]

أولاً : البرامج الإخبارية كنشرة الأخبار والتعليقات وبرامج المناسبات والبرامج الخاصة والشؤون العامة والرياضية .

ثانياً : الإعلانات بنوعيها التجارية والإعلامية .

ثالثاً : البرامج التعليمية سواء التعليم الرسمي الخاص بالمدارس أو التعليم غير الرسمي ، كبرامج الأطفال والشباب وتعليم الكبار .

رابعاً : البرامج الترفيهية وتدخل فيها برامج الموسيقى والدراما والفكاهة والمسلسلات والمسابقات والألغاز والفوازير والألعاب المختلفة .

خامساً : البرامج الفنية والأدبية والعلمية ، وتشمل الرقص والغناء والموسيقى والمسرح والشعر والنقد والقصص والأدب والعلم .

سادساً : البرامج الموجهة للفئات التي تمثل الأقليات الدينية فضلاً عن البرامج الدينية وغيرها .

سابعاً : البرامج الخاصة بالجماهير النوعية كالمرأة والطفل والشباب وغيرها .

---

(١) د/ إبراهيم إمام ، الاتجاهات الترفيهية للبرامج الإذاعية والتليفزيونية ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد (٨٥) السنة ١٩٧٩م ، ص ٢٠ .

(٢) سهير الجاد ، عبد العزيز شرف ، البرامج التليفزيونية والإعلام الثقافي ، مرجع سابق ، ص ٤٩ .

وقد طلبت منظمة اليونسكو من عدد من الدول أن تحدد كل دولة عدد الساعات والدقائق بالنسبة لكل نوع من أنواع البرامج السبعة لمدة أسبوع نمطي ، على أن تحدد أيضاً مقادير البرامج المستوردة والمنتجة محلياً ، ولم تطلب اليونسكو أي معلومات أخرى منعاً للالتباس ، وبالفعل استجابت عدة دول لها الطلب الذي تقدمت به المنظمة الدولية فيما عدا الصين وألمانيا الشرقية وألمانيا الغربية والمكسيك وجنوب إفريقية والولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي ، وهكذا أصبحت الدراسة منصبة أساساً على الدول النامية فقط .

وأسفرت الدراسة عن معلومات تقدمت بها ١٠٨ دولة بالنسبة للراديو و ٧٦ دولة بالنسبة للتليفزيون . وقد اعتمد البحث على التقسيم الجغرافي إلى قارات وفقاً لمصطلحات الأمم المتحدة . وخصصت خمس بطاقات لكل دولة ، وأرسلت البطاقات إلى ١٩٣دولة ، غير أن عدد الدول المستجيبة كانت أقل من ذلك .

وقد تم تسجيل أزمنة البرامج على أساس الساعة وأجزاء من عشرة منها لكل نوع من الأنواع السبعة .

ومما سبق من التصنيف الدولي للبرامج الإذاعية والتليفزيونية ، فإننا نجد أن البرامج الدينية تقع في فئة البرامج الموجهة أو البرامج التوجيهية التي أخذت قنوات الإذاعة والتليفزيون الاهتمام بها على خرائط البث اليومي لها ، إلا أن هذا النوع من البرامج لم يخطط له التخطيط الجيد ، والوقت المخصص للبرامج الدينية على خرائط البرامج اليومية كان قليلاً جداً ، والمشكلة الأولى تنحصر فيما يقدم من مادة علمية إسلامية في البرنامج الديني ، والسبب الأول في ذلك هو عدم وجود الخطط والسياسات المرسومة للبرامج الدينية بشكل عام مما يسبب حالة من الازدواج والتكرار والابتعاد عن البرامج التي تتناول جوهر الدين والعقيدة ، والتركيز على برامج المأثورات والدعوات لما تتميز به من سهولة وعدم الحاجة الكبيرة إلى الجهد أو الثقافة ، ولم يكن هناك تصور علمي لما يمكن أن يكون عليه « البرنامج الديني المعاصر » من حيث تناول الدين الإسلامي الحنيف في قسميه الكبيرين : العقيدة والشريعة .

المطلب الثاني : أنواع المضمون الديني :

إن مضمون البرنامج الديني يحتاج إلى خطة مدروسة وذات أهداف محددة وتتحقق في مدى زمني محدد ، وتحت هذا المنطق فإن المضمون الديني الذي يقدم في الأشكال المختلفة للبرامج الدينية ينقسم إلى عدة أقسام هي :

أولاً : الوحي بشقيه القرآن الكريم والسنة النبوية :

(١) القرآن الكريم :

ونعني بذلك تقديم مواد لتفسير القرآن الكريم وبيان أحكامه الشاملة لمنهج الحياة ، والاهتمام أيضاً بتعليمه مرتلاً ومجوداً وتعليمه للعامة ، وكذلك إظهار النواحي الإعجازية فيه مع الاعتماد على التفاسير الموثقة ، كما يمكن تقديم مادة القرآن الكريم على شكل مسابقات لها جوائز تحفيزية لربط المسلمين بكتابهم العزيز الذي لايأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه ، والذي هو سبب لهدايتهم وإخراجهم من الظلمات إلى النور كما قال الحق تبارك وتعالى :

﴿ الر كتاب أنزلناه إليك لتخرج الناس من الظلمات إلى النور بإذن ربهم إلى صراط العزيز الحميد ﴾ (١)

(٢) السنة النبوية المطهرة :

تعنى هذه البرامج بسيرة الرسول ص وخلقه وحكمته وجهاده في الدعوة إلى الله ، كما تهتم أيضاً بتوضيح مكانة السنة في الإسلام ، وبيان منهجها في التحري والتثبت والضبط والإسناد ، كما تهتم بشرح الأحاديث النبوية الشريفة .

---

(١) سورة إبراهيم ، آية : (١) .

ثانياً : العقائد ، والعبادات ، والمعاملات ، والأخلاق ، والقيم والفتيا :

(١) العقيدة الإسلامية :

إعداد برامج خاصة عن العقيدة الإسلامية تتولى : عرض أصول العقيدة وشعبها عرضاً علمياً دقيقاً ميسراً مشرقاً يراعي المستويات المختلفة ، ويجدد الإيمان بالحقائق الجديدة في الأنفس والآفاق . (١)

(٢) العبادات :

تخصص برامج للعبادات تعلم الناس كيف يعبدون ربهم – عز وجل – على منهج أهل السنة والجماعة ، وتكون شاملة لكل أنواع العبادات .

مثل : (الطهارة – الصلاة – الزكاة – الصوم – الحج – العمرة – الدعاء) .

(٣) المعاملات مثل : (البيوع ، وغيرها ...) .

(٤) الأخلاق والقيم :

وتوضح هذه البرامج مكارم الأخلاق التي جاء بها الإسلام والقيم الثمينة والآداب الفاضلة وهي كثيرة مثل :

(الصدق – الأمانة – الحياء – الصبر – الجود – الإيثار – الإحسان .. إلخ) .

وهناك أيضاً قيم تربوية واجتماعية كثيرة .

(٥) الفتيا :

وتختص هذه البرامج بالإجابة عن أسئلة المشاهدين وبيان الأحكام الشرعية لهم سواء على مستوى الفرد أو المجتمع ، وهذه من أهم أنواع البرامج التي يجب أن تقدم يومياً لحاجة الناس الماسة لمعرفة الأحكام الخاصة بحياتهم اليومية .

ثالثاً : البرامج الثقافية :

وهذه البرامج تهتم ببيان الإعجاز في القرآن الكريم بصورة المختلفة : العلمية ، واللغوية ، والبلاغية ، والتشريعية ، كما أنها تهتم بتراث الأمة الإسلامية مثل : العادات والتقاليد والفنون ، وكذلك المسابقات الدينية مثل : مسابقة القرآن الكريم وغيرها ، كما تشتمل أيضاً على الآتي :

---

(١) انظر : البيان الختامي لندوة تطوير البرامج الدينية في تليفزيون الخليج ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، سنة ١٤٠٧هـ ، ص ٦ .

(١) السير والتاريخ :

ويهتم هذا النوع من البرامج بتقديم سير الصحابة والتابعين والعلماء والفقهاء في مختلف العصور الإسلامية ، وكذلك الهتمام بالوقائع والغزوات والفتوح الإسلامية .

(٢) أعلام الإسلام أو الشخصيات :

هناك شخصيات مهمة في التاريخ الإسلامي لها دور بارز على مر العصور وقامت بإنجازات عظيمة وفتوحات إسلامية ، فيجب اهتمام البرامج بهم ، وتقديم سيرهم لتكون قدوة للمسلمين في الوقت الحاضر .

المبحث الرابع

البرامج الدينية التوجيهية في التلفزيون

المطلب الأول : مفهوم التوجيه وأنواعه .

المطلب الثاني : مصادر توجيه البرامج الدينية في التلفزيون .

المطلب الأول : مفهوم التوجيه وأنواعه

أولاً : مفهوم التوجيه :

لغة : أن ترسل صاحبك في وجهة معينة من الطريق .

قال الفراء .. وجهة ووجهه بمعنى واحد ، ومن معانيها كما قال الحسن ..

« المراد المنهاج والشرع » [(١)] .

قال تعالى : ﴿ وَلِكُلٍّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ .. ﴾ . [(٢)]

وقال تعالى : ﴿ وَأَنْ أَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا وَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾ . [(٣)]

وإقامة الوجه : هنا كناية عن توجيه العقل بالكلية إلى طلب الدين ، أي استقم بإقبالك على ماأمرت به من الدين – حنيفاً – أي قويماً به مائلاً عن كل دين [(٤)] .

وينقسم التوجيه إلى مايلي :[(٥)]

(١) التوجيه المباشر :

وهو مايكون بمواجهة الآخرين بالمقصود الرئيسي دون أي مواراة أو استخفاء أو تستر ، مثل : النصيحة المباشرة ، والتعليم المباشر بفعل المأمورات وترك المنهيات ، وتحليل الحلال وتحريم الحرام ، والحث على مكارم الأخلاق .

(٢) التوجيه غير المباشر :

وهو مايكون بطرق متوارية مستترة غير صريحة مثل : التوجيه عن طريق القدوة الحسنة أو التلميح إلى سلوك معين ، وكذلك التوجيه عن طريق القصص والمشاهد التمثيلية ، التي فيها كثير من الأفكار والمعتقدات والسلوك ، التي ينبهر بها المشاهد ،

---

(١) فخر الدين الرازي ، التفسير الكبير ، ج ٩ (لبنان : دار الفكر ، سنة ١٤٠١هـ) ص ١٨٠ .

(٢) سورة البقرة ، آية : ١٤٨ .

(٣) سورة يونس ، آية : ١٠٥ .

(٤) محمد بن أحمد القرطبي ، الجامع لأحكام القرآن الكريم ، ج ٤ (لبنان : دار الكتب العلمية ، سنة ١٤١٣هـ) ص ٢٤٧ .

(٥) عبد الخالق عبد الوهاب ، « البرنامج الديني الاذاعي وأثره في التوجيه » (رسالة ماجستير ، كلية أصول الدين – جامعة الأزهر ، سنة ١٩٧٩م) ، ص ١٥ .

وتشد انتباهه دون إكراه أو إلزام ، وهذا النوع من التوجيه هو الغالب على معظم البرامج التلفزيونية ، ومن خلاله يكتسب الإنسان بعض السلوك ويعتنق بعض الأفكار دون تكليف .

طرق توجيه الانسان[1] :

(١) طريقة الإكراه :

وهذه الطريقة تنقسم حسب أنواع الاكراه الى نوعين :

أ - الاكراه المادي : التحكم في حاجات الإنسان الأساسية مثل : الغذاء والسكن ... إلخ) .

ب - الاكراه المعنوي : ومنه التزييف والتضليل والخداع .. إلخ

(٢) طريقة الاقناع :

الاقناع هو توجيه الانسان بالحكمة ، والموعظة الحسنة ، والحوار الحليم البناء ، والمجادلة بالتي هي أحسن لكن هذه الطريقة ذاتها تحتاج الى إزالة كل أنواع الإكراه المادي أولاً .

قال تعالى : ﴿ ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (١٢٥) ﴾ .[2]

ولقد عرف الشيوعيون وغيرهم الطريقة الإكراهية في التوجيه حيث يقوم نظامهم الأساسي على التحكم في حاجات الناس من طعام وكساء ومأوى .. فضلاً عن أساليب غسيل المخ والإخافة والتعذيب ، والإكراه المعنوي بأساليبه المختلفة .. من تزييف وتضليل

---

(١) عبد الخالق عبد الوهاب ، البرنامج الديني الإذاعي ، مرجع سابق ، ص ١٦ .

(٢) سورة النحل ، آية : ١٢٥ .

وخداع ، ثم ضرب حصار حديدي حتى لاتدخل الثقافات الحقيقية .

وفي المجتمع الرأسمالي تستعمل أدوات التوجيه بالإكراه المعنوي أولاً ، ثم تستغل الحاجات المادية ثانياً .

التوجيه في ضوء تعاليم الإسلام :

لقد حرص الإسلام على إبعاد الاتصال والدعوة عن أساليب الإكراه المعنوي والمادي وأكد على ضرورة الالتزام بالمنطق والدعوة بالحسنى وعدم الإكراه .

قال تعالى : ﴿ **لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي فمن يكفر بالطاغوت ويؤمن بالله فقد استمسك بالعروة الوثقى لا انفصام لها والله سميع عليم** ﴾ (١)

إن البشرية لن تجد نظاماً عاماً للحياة يضمن للإنسان التوجيه بطريقة خالية من كل أنواع الزيف والكذب والتضليل إلا في ظل الإسلام ، حيث يبدأ بتحرير الإنسان من سيطرة الحاجات الأساسية وبيت المال يتكفل بكل من لايستطيع الكسب من الفقراء والمساكين ويحيط هذه الوسيلة بكافة الضمانات المادية والعقلية ، لذلك تتم عملية الاقناع والوصول الى الحل الصحيح .

ولاشك أن حماية طريق التوجيه الصحيح واخلائه من معوقات السير الى الخير والحق يتطلب أيضاً معرفة المتلقي للحقوق والواجبات العامة واحترامها لكي يصبح التوجيه مؤثراً وفاعلاً ويحقق الهدف المنشود .

إن الإسلام حين يطلب النظر الى المتلقي للتوجيه بهذا الأسلوب العلمي إنما يعمل على تدريب الفرد المسلم على الانضباط والنظام ويحرره من قيود الشهوات والغرائز .

وهنا يتضح الفرق ويظهر بين توجيهات الإسلام وقواعده في التعامل مع المتلقي وتوجيهات النظم الأخرى التي تعتمد على الزيف والخداع والكذب والاستغلال والتضليل ..

---

(١) سورة البقرة ، آية : ٢٥٦ .

المطلب الثاني : مصادر توجيه البرامج الدينية في التلفزيون:

مما لاشك فيه أن النظم الاعلامية في الغرب تتبع عقائد مختلفة – شيوعية ورأسمالية وغيرها وهي كلها وضعية لاتستطيع قيادة الإنسان وتوجيهه التوجيه السليم .

أما نظام الإعلام في الإسلام ، نجده يختلف كل الاختلاف عن النظم الأخرى في المنطلق والهدف ، ذلك أن الإعلام في الإسلام مصدره ومنطلقه في التوجيه الوحي الإلهي ، بعكس الأنظمة الأخرى الجاهلية فإن منطلقاتها التصور البشري القاصر ؛ الأمر الذي يميز الإعلام في الإسلام عن غيره ، ويجعله منفرداً في ملامحه ، متميزاً في منطلقاته ومصادره ، فما كان مصدره في التوجيه الوحي الإلهي كانت غايته اسعاد البشر ، وانتشال الانسانية من الظلم والاستعباد ، وما كان مصدره ومنطلقه التصور البشري الفاسد كانت غايته إشقاء البشر وتعذيب الإنسان ، لذا فإن البرامج الدينية في إعلامنا تخضع إلى مصادرنا الشرعية في التوجيه .

إن عرض هذه الخلفية عن التوجيه ومصادره لأن المضمون الديني أو البرامج الدينية تدخل ضمن البرامج الموجهة ، وهذه البرامج هي أحد أنواع البرامج السبعة حسب تصنيف منظمة اليونسكو لها . (١) ، فإذا كان المضمون الديني يخضع للتوجيه فيجب هنا أن يكون التوجيه توجيهاً صحيحاً على منهج أهل السنة والجماعة ، وسلفنا الصالح ، وأن يحذر القائمون على بث البرامج الدينية من أن توجه تلك البرامج في غير وجهتها الصحيحة ، وذلك بالترويج لبعض الأفكار التي ليست على منهج أهل السنة والجماعة ، أو استضافة علماء يروجون لمعتقدات باطلة ومزيفة باسم الدين الإسلامي ، ويجب أن لايترك لهم المجال بافتاء المسلمين على غير منهج أهل السنة والجماعة . (٢) .

---

(١) نواف عدوان ، **نحو تصنيف عربي موحد للبرامج التلفزيونية** ، مرجع سابق ، ص ٣٢ .

(٢) مثل : قناة أبو ظبي الفضائية ، وكذلك قناة المستقبل اللبنانية .

إن التوجيه الإعلامي للإنسان يجب أن يحمل في مجتمعنا المسلم التوجيهات القرآنية ، وكذلك التوجيهات التي جاءت بها السنة النبوية المطهرة ، فهذان هما المصدران الرئيسان للتوجيه . والبرامج الدينية التوجيهية في أي قناة عربية فضائية يجب أن تلتزم بهما .

إن التوجيه في البرامج الدينية يهدف إلى ربط المشاهد بعقيدته وشريعته ، التي تنظم له الحياة ، وترتقي به إلى أرفع الدرجات .

ومن هذا الواقع فإن البرامج الدينية التي تبث في القنوات الفضائية العربية يجب أن تتلقى توجيهاتها من الكتاب والسنة واتباع منهج السلف الصالح في ذلك ، وأن تترك أي توجيه عقدي أو تشريعي مخالف لهما أو لمنهج السلف الصالح لأن ذلك سيؤدي إلى انحراف عقدي خطير يضلل عامة المسلمين .

الفصل الثالث
نظرية الاستخدامات والإشباع
في الاتصال الجماهيري

المبحث الأول : مفهوم بحوث الاستخدام والإشباع .

المبحث الثاني : تطور بحوث الاستخدام والإشباع .

المبحث الثالث : دوافع استخدام وسائل الاتصال الجماهيري .

المبحث الأول

مفهوم بحوث الاستخدام والإشباع

مفهوم الاستخدامات والإشباع : Uses and gratification

كانت دراسات الاتصال سابقاً تدور في إطار : كيف تؤثر وسائل الاتصال في الجمهور ؟ وكانت هذه الدراسة ذات جانب واحد ، ولم تتناول الجانب الآخر وهو رد فعل جمهور الاتصال نحو مضمون وسائل الاتصال أو الخصائص التفاعلية للعلاقة بين وسائل الاتصال والجمهور ، وكان السؤال : « ماذا تفعل وسائل الاتصال بالناس ؟ بدلاً من « ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال ؟ » .

هذا المنهج القاصر تنبه إليه عالم الاتصال المشهور « اليهوكاتز» الذي أكد أن كثيراً من أبحاث الاتصال ، انطلقت من وجهة نظر السؤال الأول أكثر من انطلاقها من وجهة نظر « الوظيفة » Function أو الاستخدامات والإشباع [(١)] Uses ans Gratification الدالة على صيغة السؤال الثاني [(٢)] .

إن نظرية الاستخدامات والإشباعات تعني جمهور الوسيلة الإعلامية The audience ، وهذه النظرية تقول : إن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور يتميز بخصائص عديدة أهمها : القدرة على اختيار الرسائل الإعلامية التي تلبي رغباته وتشبع حاجاته الكامنة في ذاته ، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبياً يقبل كل ماتعرضه عليه وسائل الإعلام ، فالجمهور بهذا المعنى له غاية

---

(١) معنى الإشباع لغة : مأخوذ من « شبع » الشين والباء والعين أصل صحيح يدل على امتلاء في أكل وغيره (أ) فالشبع ضد الجوع تقول شبع شبعًا وهو شبعان . والشبع من الطعام : مايكفيك ويشبعك من الطعام وغيره . والإشباع يشبع حاجات الإنسان المادية والمعنوية ، ومن أنواع الإشباع الذي نركز عليه : إشباع الفكر .

اصطلاحًا : « ماتحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة » (جـ) .

أما الاستخدام « مصدر يغني عن الجمع إلا أنه عندما يدل على التنوع فإنه يجوز جمعه بالألف والتاء ليكون استخدامات (د) .

أ – أحمد بن فارس بن زكريا : **معجم مقاييس اللغة** ، تحقيق هارون ، ط٣ (القاهرة : مكتبة الخانجي ، ١٤٠٢هـ) ، ج ٣ ، ص ٢٤١ .

ب – جمال الدين محمد بن منظور : **لسان العرب** (بيروت : دار صادر ، د . ت) ، ص ١٧١ .

جـ – مساعد المحيا ، **«دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه»** ، مرجع سابق ، ص ١٠٠ .

(٢) جون بيتنز ، **الاتصال الجماهيري** ، ترجمة عمر الخطيب ، ط١ . (بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، سنة ١٩٨٧م) ، ص ٤٩ .

محددة من تعرضه لوسائل الإعلام ، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته [١] .

وبناءً على هذه النظرية : ليست وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها ، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام ، لذلك ترى نظرية الاستخدامات والإشباع ، أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه ، قد تكون الحصول على معلومات أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي أو تحديد الهوية ، ولهذا فإن نظرية الاستخدامات والإشباع تنطلق من مفهوم شائع ومعروف في علم الاتصال هو مبدأ (التعرض الاختياري) ، وتفسير هذا المبدأ يرجع إلى أن الإنسان يعرض نفسه اختيارياً لمصدر المعلومات وهو (الوسيلة الإعلامية) التي تلبي رغباته وتتفق وطريقته في التفكير [٢] .

---

(١) محمد بن سعود البشر ، **مقدمة في الاتصال السياسي** ، ط١ (الرياض : مكتبة العبيكان ، سنة ١٤١٨هـ) ، ص٤٧ .

(٢) محمد بن عبد الرحمن الخضيف ، **كيف تؤثر وسائل الإعلام** ، دراسة في النظريات والأساليب ، ط١ (الرياض : مكتبة العبيكان ، سنة ١٤١٥هـ) ص٢٦ .

المبحث الثاني

تطور بحوث الاستخدام والإشباع

المطلب الأول : المدخل الوظيفي لوسائل الإعلام .

المطلب الثاني : نشأة بحوث الاستخدامات والإشباع وتطورها .

المطلب الثالث : الفروض الأساسية لبحوث الاستخدامات والإشباعات .

المطلب الرابع : النقد الموجه للنظرية .

المطلب الأول
المدخل الوظيفي لوسائل الإعلام

إن الاستخدام الوظيفي لوسائل الإعلام The Functional use of Media بدأ بعد التحول عن الاعتقاد بقوة وسائل الإعلام ونموذج التأثير المباشر ، وبعد دراسة كل من « لازرسفيلد» و « بيرلسون» و « جوديث » عام (١٩٤٤م) حول السلوك الانتخابي لحملة الرئاسة الأمريكية عام (١٩٤٠م) ، واستهدفت تلك الدراسة تقييم تأثير وسائل الإعلام على عملية التصويت ، وأشارت الدراسة إلى أنه ليس لدى جميع الأفراد قنوات مباشرة تربطهم بالرسائل التي تتيحها وسائل الإعلام ، ومن هنا تغيرت وجهة النظر التي تؤمن بالتأثير المباشر لوسائل الإعلام وحل محلها الرأي الذي يؤمن بالتأثير « الوظيفي » لتلك الرسائل ، أي التأثير الذي يأخذ الظروف الأخرى في الاعتبار ، وبهذا تم إدراك أهمية التأثير الاجتماعي في عملية الاتصال الجماهيري ، واهتم الباحثون بالاستخدام الوظيفي لوسائل الإعلام من خلال تحديد : ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام ؟ بدلاً من الاتجاه السابق الذي كان يركز على : ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس ؟ [(١)].

إن مفهوم الوظيفة يأتي في النظام الاجتماعي من الآثار التي تحدثها الوحدات Units ، وهذه الوحدة قد تكون فرداً أو مؤسسة اجتماعية أو ثقافية ، ثم تمارس هذه الوحدات أنشطة Activities مثل : الاستهلاك ، نقل الأخبار ، الترفيه ، وينتج عن ممارسة هذه الأنشطة وظائف Functions أي آثار مرغوبة مثل دور السلوك الفردي والجماعي في الحفاظ على البناء الاجتماعي ، أو الربط بين آثار السلوك الاجتماعي أو الفردي ، واحتياجات البناء الاجتماعي ، فمثلاً تقديم وسائل الإعلام للأخبار يؤدي إلى زيادة معلومات الأفراد .

أما مصطلح الاختلال الوظيفي Dysfunctional ، فإنه يشير إلى الآثار غير المرغوبة مثل أن يؤدي عرض الأخبار إلى زيادة القلق والاضطراب لدى الأفراد ، وقد تطورت النماذج الوظيفية لعمليات الاتصال الجماهيري كشرح بديل لسلوك

---

(١) حسن مكاوي ، **استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان** ، بحوث الاتصال ، كلية الإعلام ، عدد ٨ ، (سنة ١٩٩٢م) ص ٩٨ .

جمهور وسائل الإعلام في مقابل بحوث إعلامية تقليدية كانت تفترض التأثير المباشر لوسائل الإعلام على أعضاء الجمهور السلبيين »[١] . كما يرى كل من : (ميرتون ولازر سفيلد) رؤية (لازويل) نفسها بأن وسائل الإعلام يمكن أن تسيء في أداء وظائفها فيؤدي ذلك إلى اختلال وظيفي ، ويهتم « ميرتون » و« لازر سفيلد » بنوع مختلف من الاختلال الوظيفي عما أشار إليه (لازويل) وهو ماأسمياه بتخدير أو تخفيف الشعور بالاختلال الوظيفي Narcotizing dys Function ، أي أن وسائل الإعلام توجد إحساساً باللامبالاة لدى الجمهور . ويعزو (ميرثون ولازرسفيلد) هذه اللامبالاة إلى حقيقة أن إغراق وسائل الإعلام جمهوريًا بالمعلومات يؤدي إلى عملية تخدير ، بدلاً من عملية تنشيط . فالجمهور يقضي وقتاً كبيراً في تعلم القضايا من وسائل الإعلام حتى لايصبح لديه وقت كاف لعمل شيء تجاه هذه القضايا .

والملاحظ أن هذه الوظائف الثلاثة التي حددها (ميرتون ولازر سفيلد) تخدم وظيفة أكبر . وهي زيادة احتمالات استقرار المجتمع والحفاظ على الوضع الراهن ، وهي رؤية تخرج من إطار البنائية الوظيفية أحد الاتجاهات الأساسية في البحوث الاجتماعية الأمريكية[٢] .

مراحل تطبيق مفهوم « الوظيفة » في بحوث الإعلام :

لقد مر تطبيق مفهوم « الوظيفة » في بحوث الإعلام بثلاث مراحل هي :[٣]

أولاً : حصر الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام : وهي من خلال بحوث « هارولد لاسويل» في الأربعينات ويتركز هذا الاتجاه على وظائف محتوى وسائل الإعلام ، وليس على استخدامات الجمهور لهذا المحتوى ، حيث ينظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها نظامًا شاملاً في حد ذاته ، بدلاً من النظر إليها باعتبارها وحدات داخل النظام الاجتماعي الشامل ، ويفترض في هذا الاتجاه وجود ثلاثة أنشطة أساسية تمارسها وسائل الإعلام وهي :

---

(١) حسن مكاوي نقلاً عن :

1- Rubin , Alan. M" uses and Gratifications : Quasi - Functional Analysis" in Dominick , J . R . & Fletcher, J.E . Broadcoction Research methods (U.S.A : Massachsetts, Allyn & Abacon Inc. 1985) . P . 203 .

(٢) حمدي حسن ، **الوظيفة الإخبارية** ، مرجع سابق ، ص ١٢ .

(٣) حسن مكاوي ، **استخدامات التلفزيون وإشباعاته** ، مرجع سابق ، ص ٩٩ .

١- تقديم الأخبار والمعلومات .

٢- وظيفة الشرح والتفسير من خلال المادة التحريرية .

٣- وظيفة التنشئة الاجتماعية من خلال نقل القيم والمعايير الثقافية .

ثم أضاف «رايت» Wright وظيفة رابعة هي : « الترفيه » كنشاط إضافي تقوم به وسائل الإعلام [(١)].

ثانيًا : منظور التحليل الوظيفي : Functional Analysis

وهذا المنظور يركز على طبيعة البناء المجتمعي وكيفية عمل الوحدات داخل النظام العام . ويمكن النظر إلى النظام العام على مستوى واسع النطاق باعتبار المجتمع هو النظام الشامل ، وعلاقة هذا النظام بوسائل الإعلام ويكون الأفراد جزءاً من هذا النظام . كذلك يمكن النظر إلى النظام على مستوى ضيق بحيث تكون الوسيلة الإعلامية ومحتوياتها وجمهورها هي البناء الكلي ، ويكون التركيز على الأفراد باعتبارهم أعضاءً في هذا النظام ، وتشمل مكونات النظام دراسة الحاجات والقيم ، والاهتمامات ، والأذواق ، والدوافع ، والسلوك الفردي ، وفي كلتي الحالتين يربط التحليل الوظيفي بين التفاعلات التي تحدث فيما بين وحدات النظام ، وأثر هذه التفاعلات في النظام ككل . وبهذا يسعى التحليل الوظيفي إلى فهم دور نمط السلوك وديناميكيته . ومن ثم تحليل نشاط الأفراد في ضوء أهميته لتنمية النظام العام وصيانته . ويعد دور الوحدات وظيفياً إذا كان يساعد على استقرار النظام وصيانته وحفظ توازنه ، ويحدث الاختلال الوظيفي Dysfunctional إذا كان السلوك الذي تمارسه الوحدات يخل باستقرار النظام العام ويعيق تقدمه .

ثالثًا : منظور الاستخدامات والإشباعات: Uses and Gratificotions Perspective

يزعم « كلابر» (١٩٦٠) والذي يؤيد الاتجاه نحو التأثير غير المباشر لوسائل الإعلام ، أن وسائل الإعلام تستخدم في معظم الأحيان لتدعيم الاتجاهات والقيم

(1) Wright C.R, " Functional Analysis and Mass Communication" Public Opnion Quarterly 24 (1960) P.605 .

الحالية للجمهور ، ويتأثر عمل تلك الوسائل بعدة متغيرات مثل : الفروق الفردية ، وعمليات الاختيار والإدراك ، ومعايير الجماعة ، ونشر الرسائل بين الأفراد ، وأثر دور قادة الرأي ، والنظام الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام .

ويتخذ « كلابر » البحوث التقليدية لوسائل الإعلام ، والتي كانت تروج للاتجاه الذي يربط بين الرسالة والمستقبل في قالب ثابت ، مثل العلاقة بين السبب والأثر ، ويصادق « كلابر » على ربط التحليل الوظيفي بمنظور الاستخدامات والإشباعات كإجراء بحثي ملائم ، لدراسة أثر وسائل الإعلام من خلال استخدامات تلك الوسائل .

كما يرى « كاتز » أنه مهما كانت جودة المضمون ، فإنه لن يؤثر على الفرد الذي لايستخدم الرسالة الاتصالية ولم يربطها ببيئته النفسية والاجتماعية . ويذهب «هويت» Howitt (١٩٨٢م) إلى أن النظريات القديمة التي كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقياً سلبياً أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفاعل ، قد انتهت وحل مكانها مفهوم « الجمهور العنيد » الذي يبحث عن الأشياء التي يريد أن يتعرض لها ، ويقوم بالاختيار والتحكم في الوسائل التي تقدم هذا المحتوى .

لذلك : فإن منظور الاستخدامات والإشباعات يهدف إلى شرح تفاعل السلوك الاتصالي بين الجمهور والرسالة الاتصالية ، ومن ثم النظر إلى أعضاء الجمهور بوصفهم مشاركين إيجابيين في عملية الاتصال الجماهيري ، وبذلك تنبع دوافع التعرض لوسائل الإعلام من احتياجات الجمهور ، ويحقق سلوك التعرض بعض النتائج أو الإشباعات للأفراد ، وبهذا فإن الآثار التي تنتج عن استخدام وسائل الإعلام ، تكون آثاراً غير مباشرة ، ويرتبط استخدام وسائل الإعلام ببدائل وظيفية في السياق الاجتماعي ، مثل : ممارسة أنشطة أخرى ، أو استخدام قنوات الاتصال الشخصي لإشباع الحاجات [1].

---

(1) Rubin , A. M. (1985) OP.Cit , P.205

المطلب الثاني
نشأة بحوث الاستخدامات والإشباع وتطورها

إن النظرية العملية المعروفة بالاستخدامات والإشباع ظهرت كأقوى مؤثر في بحوث الإعلام في بداية ١٩٧٠م أو السبعينات ، ولكن تاريخها الأصلي كان في عام ١٩٤٠م أو الأربعينات ، ويقال إن أول من اكتشفها (سكرافز) في عام ١٩٤٩م في الثواب الحالي والثواب المتأخر لوسائل الإشباع ، كما تعد مقالة (كاتز وفولكز) في عام (١٩٦٢م) في استخدام وسائل الاتصال كعامل للهروب من الأعمال أو البحوث الأولية ، ولكن عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع قد وضعت أو صيغت بوساطة كل من (كاتز ، وبليملز ، وقيرافتش) وذلك في عام ١٩٧٤م .[١]

ونستطيع أن نقول : إن بحوث عملية الاستخدامات والإشباع قد مرت بثلاث مراحل في تطورها ، وهي كما يلي :[٢]

(١) المرحلة الأولى :

بالإضافة إلى ماذكر آنفاً فإن عقد الأربعينات قد برزت فيه دراسات متعددة منها :دراسة «هيرزوج» عام ١٩٤٤م التي اهتمت بفحص أسباب استماع الناس للراديو ، وانتهت هذه الدراسة إلى وجود ثلاثة أنواع من الإشباع التي يحققها الاستماع إلى الراديو وهي : التعويض Compenration ، وتحقيق الرغباتWish Fulfillment ، والحصول على النصيحة Obtaining advice ، وهناك أيضاً دراسة « برلسون » عام (١٩٤٩م) حول أسباب قراءة الصحف ، وخلص الباحث إلى استنباط إشباعات تتحقق للقارئ وهي : الحصول على المعلومات ، الحصول على المكانة الاجتماعية ، الهروب ، الروتين اليومي ، القراءة كوسيلة للتفاعل الاجتماعي ، وهذه المرحلة تميزت باستخدام أسلوب البحوث الكيفية من

---

(1) Ronald E.Rice, The new Media- Communiction Research and Technology, (London Beverly Hills New Delhi, 1985) P.107 .

٢ – حسن مكاوي ، **استخدامات التلفزيون واشباعاته في سلطنة عمان** ، مرجع سابق ، ص ١٠٣ .

خلال توجيه أسئلة مفتوحة ، ولم تحاول تلك الدراسات استكشاف علاقات بين الدوافع النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى التعرض لوسائل الإعلام ، وبين الإشباعات التي تتحقق نتيجة الاستخدام [١].

(٢) المرحلة الثانية :

في الخمسينات والستينات اتجهت بحوث الإعلام نحو استكشاف استخدام وسائل الإعلام وعلاقتها بالدوافع والإشباعات والوظائف ، ومن أبرز هذه الدراسات دراسة كل من : « شرام » و «لايل» و«باركر» (١٩٦١م) التي استهدفت التعرف على المتغيرات النفسية والاجتماعية والتي تؤدي إلى أنماط استخدام وسائل الإعلام وإشباعاتها ، وخلص الباحثون إلى أن استخدام الأطفال للتلفزيون يتأثر بمقدرتهم الذهنية وعلاقتهم بالوالدين ، وعلاقات الأطفال بنظرائهم والرغبة في التسلية والترفيه ، والرغبة في تقليد الكبار ، وفي هذه الفترة نشأ جيل جديد من الدراسات الوصفية ذات التوجه الميداني ، وهي مرحلة مهمة من مراحل تطور بحوث الاستخدامات والإشباع [٢].

(٣) المرحلة الثالثة :

وتاريخ هذه الفترة يعود إلى السبعينات من خلال الإفادة من بحوث « كلابر» التي ربطت التحليل الوظيفي بنموذج الاستخدام والإشباع ، بهدف تحقيق منهج أفضل لعملية الاتصال الجماهيري ، ومن أبرز هذه الدراسات دراسة كل من: « روزنجرين » و « وندهل » التي تضمنت العديد من الوظائف التي تقوم

---

(١) انظر :

أ – حسن مكاوي ، **استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان** ، مرجع سابق ، ص ١٠٤ .

ب – حمدي حسن ، **الوظيفة الإخبارية** ، مرجع سابق ، ص ١٤ .

(C) Rubin , A.M. “ Televison use by children and Adolescents s” Human communication Research (5,Feb.1979) PP.109-120 .

(D) Lull,t” The social uses of Television “ In Indlof & traudt, Human communication Reseaarch (No.3,Vol.6. spring 1980) PP.199-202 .

بها وسائل الإعلام مثل : التعويض – التجارب البديلة – التفسير – التوحد مع المحتوى .

كذلك وضع كل من « ماكويل» و « بلوملر » و « براون » إطاراً عملياً لاستخدامات التلفزيون يتضمن العناصر الآتية : الهروب من المشكلات والروتين – التحرر العاطفي – العلاقات الشخصية – الحاجة إلى الصداقة – التوحد مع المجتمع – التوحد مع النفس ، كما وضع « جرينبرج » عام (١٩٧٤م) مقياساً يشتمل على إحدى وثلاثين عبارة للتعرف على دوافع التعرض للتلفزيون ، وربط ذلك بأسئلة أخرى تستهدف التعرض إلى الخصائص الأولية للمشاهدين ، وسلوك المشاهدة ، والاتجاهات العدوانية للأطفال والمراهقين في بريطانيا ، وهكذا فقد اتسمت هذه المرحلة بعمل بحوث ميدانية عديدة في مجال الاستخدامات والإشباع منها على سبيل المثال : دراسة «ليفي» عام (١٩٧٨م) والتي خلص منها إلى وجود خمسة إشباعات يحققها التعرض للأخبار التلفزيونية ، ودراسة «راين» عام (١٩٧٩م) حول استخدام الأطفال المراهقين للتلفزيون ، وكذلك دراسة « ديبوك » عام (١٩٨٠م) حول استخدامات الصحف ، وأيضاً دراسة « جيمس لل» عام (١٩٨٠م) حول الاستخدامات الاجتماعية للتلفزيون ، ودراسة « رونالدكو مبسي» عام (١٩٨٠م) حول الإشباعات التي تحققها المسلسلات التلفزيونية . » [١].

---

(١) أنظر :

(1)Werner J.& James W, Communication thearies : origins, methods, and uses in the massmedia . 3 nd ed (New York : Hostings House , 1982) PP.250-253

(2) Compesi, R.J." gratification of doytime TV serial vewers" J uornalism Quarterly (57. spring , 1980) PP 3 - 15 .

المطلب الثالث

الفروض الأساسية لبحوث الاستخدامات والإشباعات[١].

يمكن القول أن المرحلة الثالثة من بحوث الاستخدامات والإشباع قد وصلت لمرحلة النضج ، وتبلورت في هذه المرحلة العديد من الافتراضات الأساسية لهذا المدخل في دراسة الاتصال الجماهيري وهي [١] :

(١) أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ، ويستخدمون وسائل الإعلام لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .

(٢) يعبر استخدام وسائل الإعلام عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويحكم ذلك الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي ، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد .

(٣) التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته ؛ فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإعلام ، وليست وسائل الإعلام هي التي تفرض نفسها على الأفراد .

(٤) يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعم ، ومن ثَمَّ يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات .

(٥) الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوســائل الإعلام وليس من خلال محتوى الوسائل التي تقدمها وسائل الإعلام .

إضافة إلى ذلك فإن الباحثين قدموا عدة مفاهيم رئيسة تشكل أساس دراسة الاستخدامات والإشباع وهي :

(١) الجمهور النشط :

يعارض باحثو الاستخدام والإشباع مقولات بحوث التأثير حول دور الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري ، فنظرية الطلقة السحرية

---

(١) حسن مكاوي ، **استخدامات التلفزيون وإشباعاته** ، مرجع سابق ، ص ١٠١ .

كانت ترى جمهور وسائل الإعلام متلقياً سلبياً خاملاً يتلقى في استسلام ما تبثه وسائل الإعلام من وسائل ، أما باحثو الاستخدام والإشباع يرون الجمهور مشاركاً نشطاً ، حيث يأخذ الجمهور من محتوى وسائل الإعلام مايحقق له إشباعات لاحتياجات معينة ، وكذلك يعي إمكانات وسائل الإعلام في تحقيق تلك الإشباعات ، فقد يرى الجمهور أن الصحيفة أقدر على إشباع احتياجه في الأخبار ، بينما التلفزيون يلبي إشباعه في التسلية والترفيه ، وهذه الرؤية الجديدة للجمهور باعتباره جمهوراً نشطاً وفاعلاً ، لأن عملية الاتصال الجماهيري تشكل أساساً مهماً في دراسة الاستخدام والإشباع ، وهي رؤية تناقض نظرية التأثير التقليدية والتي تأثر باحثوها بفكرة المجتمع الجماهيري ، والتي رأت أن جمهور وسائل الإعلام ضحية سلبية لقوة أيدلوجية هائلة هي وسائل الإعلام [(١)] . ورغم الاتفاق على أن للجمهور دوراً نشطاً في عملية الاتصال الجماهيري ، إلا أن درجة هذا النشاط لاتزال محل اختلاف ، إذ يحدد « ماكويل جرافيتش » ثلاثة مداخل لتحديد دور الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري وهي : [(٢)] .

أ - المدخل الوظيفي : وهو مدخل معني بالحاجات والإشباع .

بـ - المدخل البنائي الثقافي : وهو يعنى بالتنظيم الاجتماعي لمحتوى وسائل الإعلام وسلوك التعرض لهذا المحتوى .

جـ- مدخل الفعل : ويهتم بالفرد باعتباره فاعلاً وله هدف يسعى إليه . ويرى « ليفي وويندال » أن نشاط الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري له بعدان هما :

---

(١) انظر :

أ - حمدي حسن ، **الوظيفة الإخبارية** ، مرجع سابق ، ص ١٦ .

بـ - جيهان رشتي ، **الأسس العلمية لنظريات الإعلام** (القاهرة : دار الفكر العربي ، سنة ١٩٧٨م) ص ٤١٢ .

c - Ronald E , Rice , o p . cit , P . 107 - 108 .

(٢) حمدي حسن ، **الوظيفة الإخبارية** ، مرجع سابق ، ص ١٧ .

الأول : هو ما أسمياه التوجيه النوعي لأفراد الجمهور « Audievce Drientation » .

الثاني : البعد المؤقت «Temporal» : وهو تقسيم نشاط الجمهور في عملية الاتصال على أساس بذل هذا النشاط قبل التعرض وأثناءه وبعده .

(٢) الأصول الاجتماعية والنفسية للإشباعات [1] :

هناك افتراضات من قبل الباحثين على أن العوامل الاجتماعية والنفسية تسهم بشكل كبير في تحديد استخدامات الأفراد لوسائل الاتصال الجماهيري ، ولقد أثبتت بعض الدراسات (٢) أن أعضاء جمهور وسائل الإعلام ، لايتعاملون مع هذه الوسائل باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي ، وإنما باعتبارهم أعضاءً في جماعات اجتماعية منتظمة ، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة تجمعهم سمات مشتركة ، وتتأثر بالسياق الاجتماعي العام لهذه الجماعات .

إن هذه الرؤية تتفق مع العديد من باحثي الاستخدام والإشباع الذين عارضوا مصطلح الجمهور الضخم المستخدم ، لتمييز جمهور وسائل الإعلام عن جمهور الوسائل الأخرى .

لقد بدأت العديد من الدراسات ترسم خريطة توضح دور السياق

---

(١) حمدي حسن ، **الوظيفة الإخبارية** ، مرجع سابق ، ص ٢١ .

(٢) مثل :

أ - دراسة « جونستون » في التكامل الاجتماعي واستخدام وسائل الإعلام الجماهيري بين المراهقين والتي توصلت إلى أن العديد من الاحتياجات المرتبطة بوسائل الإعلام لدى الأفراد تنشأ من تفاعلهم مع بيئاتهم الاجتماعية .

ب - دراسة «Roe » عام ١٩٨٣م والتي انتهت إلى أن الاحتياجات الاجتماعية والتوسعات يمكن أن تيسر استخدام وسيلة اتصال جماهيرية لدعم التكافل الاجتماعي .

انظر : حمدي حسن ، **الوظيفة الإخبارية** ، مرجع سابق ، ص ٢٠ .

الاجتماعي في توليد دوافع التعرض لوسائل الإعلام ، وقدمت العديد من الدراسات ، دليلاً حول دور العوامل الديموجرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام ، فالإشباعات التي يبحث عنها الجمهور ، والتي يحصل عليها ، ترتبط بالسن والتعليم والنوع ، وهذه الأصول الاجتماعية سوف يعتمد عليها الباحث - إن شاء الله تعالى - في دراسته عن مدى الإشباع الذي تحققه البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية للمشاهد السعودي والعربي .

أما فيما يتعلق بالأصول النفسية : فإن مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية ، أدى إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون لأنفسهم ، ويفسرون محتوى وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة ، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام ، فقد حدد « ماكجوير » في دراسته حول الدوافع النفسية والإشباع في مجال الاتصال ست عشرة نقطة ،تحدد الدوافع الإنسانية ؛ وهي دوافع وثيقة الصلة بالنظريات المفسرة لاستخدام وسائل الإعلام والتعرض لها .

وهناك دراسات متعددة أيضاً استهدفت فحص المتغيرات النفسية وعلاقتها باستخدام وسائل الإعلام مثل :

دراسة « روز نجرين وونبدال » حول المتغيرات الشخصية ودراسة « جرينبرج » عن الاتجاهات [١] .

انتهى أيضاً كل من « ماكويل » وتاملر ، وبراون » إلى تأكيد أثر بعض المتغيرات النفسية في إيجاد حاجات معينة لدى الأفراد إذا استنتجوا - على سبيل المثال -

---

(١) حمدي حسن ، **الوظيفة الإخبارية** ، مرجع سابق ، ص ٢١ .

أن الحاجة إلى الهروب ، تعد إحدى سمات الأفراد الذين يعيشون حالات خاصة مثل ذوي الشخصيات الضعيفة ، أو الذين ليس لديهم ثقة بأنفسهم .

(٣) الإشباعات المتحققة والإشباعات المطلوبة :

يمكن تقسيم الإشباعات إلى نوعين أساسيين [١] :

(١) الإشباعات المطلوبة ، وهي : تعني نوع الإشباعات التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال تعرضه لمحتويات وسائل الاتصال الجماهيري .

(٢) الإشباعات المتحققة ، أو المكتسبة ، وهي : الإشباعات التي تتحقق لأفراد الجمهور إثر تعرضهم لتلك الوسائل ومحتوياتها . إن دراسات الإشباع والاستخدام في السبعينات اهتمت بضرورة التمييز بين الإشباعات التي يسعى الجمهور إليها من خلال التعرض لوسائل الإعلام ، وبين الإشباعات التي يحصل عليها نتيجة هذا التعرض ، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات الخاصة بالنوعين السابقين : أن الإشباعات التي يبحث عنها الفرد ترتبط بشكل معتدل بالإشباعات التي يحصل عليها ، ورغم ذلك فإن كلا النوعين من الإشباعات منفصل عن الآخر ، بمعنى أن كلا منهما يؤثر في الآخر ، ولكن لايحدد مجاله ، وهذا يعني أن الإشباع الذي يبحث عنه الفرد من خلال تعرضه لوسائل الإعلام ، ليس بالضرورة هو نفسه الإشباع الذي سوف يحصل عليه . وهناك بعض الدراسات تشير إلى أن الإشباع المطلوب والمتحقق يرتبطان بطرق مختلفة بمتغيرات مثل :التعرض ، واختيار البرنامج ، والاعتماد على وسائل الإعلام ، أو

---

(١) مساعد المحيا ، **دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني** ، مرجع سابق ، ص ١٢٣ .

معتقدات الفرد وتقويمه لوسائل الإعلام ، وتشير دراسة « روزنجرين » إلى أنه من الضروري بالنسبة للباحثين أن يميزوا بين الإشباعات المطلوبة والإشباعات المتحققة على المستويات النظرية والتحليلية ، لأن هناك بحوثًا توصلت إلى نتائج خاطئة ، وتداخلت في رفض المفاهيم بسبب عدم التمييز بين هذين النوعين . لذا فإن هناك دراسات أوضحت أن القياس المنفصل لكلا النوعين من الإشباع في سياق دراسة واحدة غالباً ما يؤدي إلى تفسيرات أفضل ، وفهم أعمق لعملية التفاعل بين الجمهور ووسائل الإعلام .

(٤) التوقع : (١)

هناك تعريفات متنوعة لمفهوم التوقع ، فقد حدد « بليد » مفهوم التوقعات: بأنها مطالب الجمهور من وسائل الإعلام . ويرى كل من « ماكلويد وبيكر » أن التوقعات هي : احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة ، ويرى « كاتز » أن التوقعات هي: الإشباعات التي يبحث الجمهور عنها . أما « مينولسون » فيرى أن التوقعات هي : ترقب مثير من الناحية العاطفية يتعلق باحتمالات وقوع أحداث معينة لها نتائج محددة .

إن باحثي الاستخدام والإشباع يرون أن السلوك ، أو النوايا السلوكية، أو الاتجاهات ، أو الثلاثة معاً هي : عبارة عن وظيفة للتوقع والتقويم ، ويرون أيضاً أن التوقع – بمعنى إدراك الفرد لاحتمال أي شيء – ليس له خاصية محددة ، أو أي سلوكٍ ما سوف يؤدي إلى نتيجة معينة .

---

(١) مساعد المحيا ، المرجع السابق ، ص ١٢٦ .

(2) Rubin , A, m . , (1985) O . P . cit , P . 216 .

المطلب الرابع

النقد الموجه للنظرية

واجهت نظرية الاستخدامات والإشباعات كثيراً من الإنتقادات ، وقد لخص «رابن» Rabin هذه الانتقادات على النحو الآتي :

(١) إن منظور الاستخدامات والإشباعات لايتيح للباحث إمكانية الشرح والتنبؤ بما هو أبعد من « وحدة الفرد » ، أي أن هذه البحوث تنظر إلى وسائل الإعلام من منظور فردي لمستخدم الرسالة الاتصالية . في حين أن محتوى الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد ، وتحقق اختلالاً وظيفياً لأفراد آخرين .

(٢) يمكن أن تختلف نتائج بحوث الاستخدامات والإشباعات باختلاف الثقافات ، والخصائص الديمغرافية ، ومن ثَمَّ فإن نتائج هذه البحوث لاتصلح للتعميم في جميع الأحوال .

(٣) تفتقر هذه البحوث إلى نظرية مناسبة للحاجات النفسية والاجتماعية وكيفية إسهام العوامل الثقافية والبيئية في اختيار مصادر الاتصال والحاجات التي يمكن إشباعها .

(٤) عدم وجود تعريفات ثابتة للمفاهيم مثل : الدافع – الوظيفة – الإشباع ، مما يؤدي إلى اختلاف النتائج باختلاف التعريفات المستخدمة في البحوث .

(٥) هناك تساؤلات حول افتراض فاعلية الجمهور وإيجابيته في عملية الاتصال الجماهيري ، ونادراً ما يتم دراسة الجمهور باعتباره مستهلكاً فاعلاً للرسالة الاتصالية (١) .

إضافة إلى ذلك فإن هناك انتقادات أخرى من باحثين آخرين للمدخل الوظيفي ، فيرى «دنيس ماكويل» أن هناك تداخلاً في معنى كلمة وظيفة «Function» فهذا المصطلح يمكن أن يستخدم بمعنى هدف «Purpase» والتوقع « conseauence» ، واعتقد « البون وكرينينج وكاري » هذا المدخل في دراسة وسائل الإعلام اعتماداً على ثلاثة آراء :(٢)

(١) أن مدخل الاستخدام والإشباع يرتكز على الوظيفة «Functionalism» .

---

(1) Compesi , R . J . O P . Cit , P . 3 .

(٢) حمدي حسن ، **الوظيفة الإخبارية** ، مرجع سابق ،ص ٣٤ .

(٢) إن النظريات الوظيفية تتعامل مع أنظمة ساكنة متوازنة لاتقبل التغيير .

(٣) إن صناع القرار يمكنهم التذرع بأن التنظيم الحالي لوسائل الإعلام تنظيم وظيفي بالنسبة لأفراد الجمهور يحقق لهم ما يريدونه ، ومن ثم لا ضرورة لأي تغيير في هذا التنظيم .

ولعل من أهم النقد الذي ينبغي أن يوجه للنظرية المذكورة آنفاً الآتي :

(١) إن النظرية تقوِّم الجهد الإعلامي من خلال النظرة المادية للكون والحياة والفكر .

(٢) إن الحاجات التي تسعى إلى إشباعها ليست منضبطة بضابط الشرع وإنما ضابطها الهوى واللذة المادية العاجلة ، ولذلك ينبغي عند تطبيقها في المجتمع المسلم لابد من إحاطتها بنبل الغاية والهدف من النشاط الإنساني في المجتمع المسلم ، وضبطها بضابط الشرع فيما تسعى إلى إشباعه من احتياجات ، وما تقوم به وسائل الإعلام من نشاط لهذا الغرض .

بناء العلاقة بين الاستخدام والإشباع [1] :

اهتم « كاتز » وزملاؤه بصياغة العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية لإشباعها من بين البدائل المختلفة ومنها وسائل الإعلام ومحتواها ، وذلك في المقالة التي نشرها أكثر من مرة بعنوان « استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام » ، وفي استعادتهم للبحوث السابقة ركزوا على بحث أجريَ في السويد عام ١٩٦٨م اهتم فيه الباحثان بثلاثة عوامل فرضية أساسية تتمثل في الآتي :

١- إن جوهر الفرض الخاص بالاستخدام هو اعتبار المتلقي إيجابياً ونشطاً في سلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام .

٢- الاختيار يكون في يد الأفراد من المتلقين بناء على الحاجة إلى الإشباع .

٣- تتنافس وسائل الإعلام مع المصادر الأخرى لإشباع الحاجات .

---

(١) محمد عبد الحميد ، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير** ، ط١ (القاهرة ، دار عالم الكتب ، سنة ١٩٩٧م) ص ٢٢٠ .

وبناءً على نتائج العديد من البحوث صاغ « كاتز» وزملاؤه نموذجاً للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ؛ وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد ، مقارنة بالبدائل الأخرى الوظيفية التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية الحاجات مثل الأنشطة الثقافية الأخرى .

فهو يرى أن لدى كل فرد عدداً من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد . ومن خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات (الحاجة إلى التسلية والهروب يرسم توقعاته عن إمكانية تحقيق ذلك من خلال مشاهدة التليفزيون أو الذهاب إلى النادي) ، فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى ، نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة ، وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية .. وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملاً في إشباعها ، ونشوء حاجات جديدة أو عدم إشباع بعض الحاجات تجعل الفرد يستعيد الدورة مرة أخرى أملاً في إشباع كل الحاجات .. وهكذا يتم تولد الحاجات وتكرار التعرض لإشباع هذه الحاجات .

وتظهر الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباعات ، في نموذج « كاتز » وزملائه ويمكن تلخيصها في الفروض الخمسة الآتية :

١- جمهور المتلقين هو جمهور نشط ، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة .

٢- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته .

٣- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات ، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات ، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة ، تجعل الفرد

يتجه إلى مصدر ما لإشباع حاجاته دون الآخر ، وهذا ماعبر عنه «كلابر» بتأثيرات العوامل الوسيطة .

٤- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام ، لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه ، ومن ثَمَّ اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته .

٥- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه . لأن الناس قد تستخدم المحتوى نفسه بطرق مختلفة ، بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة .

وهذه الفروض طرحت عدداً من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها جمهور المتلقين في إدراك حاجاته وتحديد نشاطه وكذلك العوامل البيئية التي تؤثر على نشوء الحاجات ودعمها ، وقرار الجمهور بالاستخدام لإشباع هذه الحاجات .

يرى «كاتز» وزملاؤه أن المواقف الاجتماعية التي يجد الأفراد أنفسهم فيها ، هي التي تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام وإشباع الحاجات ، والمواقف الاجتماعية يمكن أن تتسبب في التوتر والصراع الذي يشكل ضغطاً على الفرد يجعله يتجه إلى استخدام وسائل الإعلام ، وهي نفسها التي يمكن أن تشكل إدراك الفرد لبعض المشكلات التي تحتاج إلى المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام ، والمواقف الاجتماعية يمكن أن تحد من الفرص الحقيقية التي ترضي حاجات معينة ، ومن ثَمَّ فإن وسائل الإعلام تقدم بديلاً لهذه الفرص المحدودة ، وكذلك تظهر المواقف الاجتماعية قيماً معينة يمكن أن يتم دعمها لدى الفرد من خلال التعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها . كما يمكن للمواقف الاجتماعية أن تمد الفرد بالعديد من التوقعات حول التعامل مع وسائل الإعلام للإفادة في دعم عضوية الفرد في جماعات اجتماعية معينة .

وفي إطار آخر اهتم « روزنجرين» ببناء نموذج للاستخدام والإشباعات يحدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم « ماسلو» مثل الحاجة إلى الصحبة / الحب / القبول / تحقيق الذات ، في ارتباطها أكثر بنموذج الاستخدامات والإشباعات ؛ مقارنة بالحاجات العضوية والحاجات النفسية الأساسية مثل تحقيق الأمن .

ويركز أيضاً بجانب الحاجات على المشكلات التي تدفع الفرد إلى سلوك معين وهذه المشكلات لا تتعارض مع الحاجات وتحتاج من الفرد إلى إدراك سبل حل هذه المشكلات ، ومن ثَمَّ تشكل قوة دافعة للتعرض من خلال اختيار أنماط حل المشكلات ، بجانب أنماط دوافع الإشباع ، وهي كلها سوف تؤدي إلى الفعل الذي يتمثل في استخدام وسائل الإعلام أو أي سلوك آخر .

وتختلف الحاجات والمشكلات والدوافع باختلاف الأفراد والجماعات ، ومن ثَمَّ فإننا نتوقع اختلافاً في نماذج السلوك واختيار المحتوى ، ويترتب على ذلك أيضاً إشباع أو عدم إشباع نتيجة عملية الاختيار والتعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها .

علاقة النظرية بالدراسة :

هناك توافق كبير بين نظرية الاستخدامات والاشباعات وبين نتائج الدراسة لأن نظرية الاستخدامات والاشباع تهدف إلى شرح تفاعل السلوك الاتصالي بين الجمهور والرسالة الاتصالية ، وهذا التفاعل يتولد عنه دوافع لتعرض الجمهور لوسائل الإعلام ، وهذا ماأثبتته الدراسة حيث أن الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – كانت لديه دوافع لمشاهدة البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية وكانت أهم تلك الدوافع الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا ، والحرص على زيادة الثقافة الدينية والإهتمام بالإسلام والمسلمين ، والإستفادة من وقت الفراغ في معرفة أشياء مفيدة ، ومعرفة دور الحضارة الإسلامية في تقدم الإنسانية ، والاستماع إلى النصح والتوجيه والإرشاد ، وكذلك المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء لتقديم وجهات النظر في القضايا المطروحة ، والحرص على الاستماع إلى العلماء وخاصة برامج الفتاوى ، ومن خلال دوافع التعرض للبرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية تحققت نتائج أو إشباعات الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – وتحققت لهم بعض الحاجات من مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، وهناك نسبة كبيرة من المبحوثين يعتمدون على برامج الفتاوى .

إن هذه الإشباعات التي حصل عليها الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – ارتبطت بالعوامل الإجتماعية والسمات العامة ، حيث إن الفروق الفردية للجمهور تباينت في الدراسة ، والإشباعات التي يبحث عنها الجمهور والتي حصل عليها كانت مرتبطة بالسن ، والتعليم ، والحالة الإجتماعية ... وغيرها .

المبحث الثالث

دوافع استخدام وسائل الاتصال الجماهيري

المطلب الأول : مفهوم الدوافع ووظائفها .

المطلب الثاني : تصنيفات الدوافع .

المطلب الأول : مفهوم الدوافع

تعريف الدافع : (Motive) :

« هو كل مايحرك السلوك ويوجهه نحو هدف من الأهداف ذهنيًا كان أو حركياً » .

والدافع أيضاً : « حالة داخلية جسمية ، أو نفسية تثير السلوك في ظروف معينة وتوصله حتى ينتهي إلى غاية معينة » (١) .

إن مصطلح الدوافع (Motive) يشير إلى مجموعة الظروف الداخلية والخارجية التي تحرك الفرد من أجل إعادة التوازن الذي اختل . فالدافع بهذا المفهوم يشير إلى نزعة الوصول إلى هدف معين ، وهذا الهدف قد يكون إرضاء حاجات داخلية أو رغبات خارجية ، أما الحاجة (Need) فهي حالة تنشأ لدى الكائن الحي عند انحراف أو ميل الشروط الحيوية أو النفسية اللازمة المؤدية لحفظ بقاء الفرد ، أما الهدف فهو مايرغب الفرد الحصول عليه ويشبع الدافع في الوقت نفسه (٢) .

فالدافعية إذاً هي عبارة عن الحالات الداخلية والعضوية التي تحرك السلوك وتوجهه نحو تحقيق هدف أو غرض معين ، وتحافظ على استمراريته حتى يتحقق ذلك الهدف (٣) .

في أوائل القرن العشرين ، أصبحت الدوافع موضوعاً مهماً في علم النفس ، ويرجع ذلك بقدر كبير إلى جهود « وليم ماكدوجل» عام ١٨٧١- ١٩٣٨م ، وهو عالم سلوكي إنجليزي ، وقد أطلق على الدوافع مصطلح « الغرائز» وعرفها على أنها قوى موروثة لا عقلانية ، تجبر السلوك على اتجاه معين ،

---

(١) طلعت منصور وآخرون ، **أسس علم النفس العام** (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، سنة ١٩٧٨م) ص ١١٠ .

(٢) محمد محمود محمد ، **علم النفس المعاصر في ضوء الإسلام** ، ط١ (جدة : دار الشروق ، سنة ١٤١٥هـ) .

(٣) أكرم طاشكندي وآخرون ، **أصول علم النفس** ، ط ٢ (جدة : مكتبة دار زهران ، سنة ١٤١٥هـ) ص ٨٨ .

وهي تشكل بصورة جوهرية على كل شيء يفعله الناس ، ويشعرون به أو يفكرون فيه ، وقد تبنى عديد من علماء النفس الأوائل وجهة نظر « ماكدوجال » وحاولوا التعرف على الغرائز الخاصة المسؤولة عن جميع الأفعال الإنسانية ، وتضم قائمة « ماكدوجال » التي نشرها في عام (١٩٠٨) : حب الاستطلاع ، النفور ، العدوانية ، تأكيد الذات ، الهروب ، تربية الطفل وتنشئته ، التكاثر (التناسل) ، الجوع ، الاجتماعية ، ولم يكتف عدد من علماء السلوك بهذه القائمة الموجزة نسبياً وأوصلوا تسمية آلاف من الغرائز بطريقة واقعية متضمنة الغرائز التي تجعل الفرد يتحلى بأخلاق معينة .

وسرعان ماأصبح واضحًا عدم جدوى إطلاق مصطلح غريزة أو (دافع) على كل فعل ، وأن ذلك لم يضف أدنى شيء للفهم الحقيقي بسبب سلوك الكائنات الحية (١) .

لقد كانت الدراسات فيما سبق متعلقة بالغرائز ، ولكن بسبب المصاعب المتعددة التي واجهتها نظرية الغرائز في تفسير سلوك الإنسان ، استبدل بتعبير الغريزة مفهوم جديد ألا وهو مفهوم الدافع والحاجة .

وعرف الدافع في العشرينات من هذا القرن على أنه حالة من الاستثارة ناجم عن حاجة عضلية أو جسمية عامة كالحاجة للطعام والماء والأكسجين .

وحالة الاستثارة هذه تدفع الفرد إلى أن يسلك سلوكاً ما يشبع أو يرضي هذه الحاجة (٢) .

فالتغيرات الكيميائية للدم نتيجة نقص المواد الغذائية تولد الحاجة إلى الطعام التي تدفع الفرد إلى سلوك الأكل . ونظراً لهذه الصلة الوثيقة بين الحاجة والدافع ، فقد فهم البعض أنهما إسمان للشيء الواحد نفسه ، واستخدمها بعض علماء النفس بالمعنى نفسه . وللتمييز بينهما يستخدم مفهوم الحاجة

---

(١) عزت الطويل ، علي عبد السلام ، **علم النفس العام** (الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، سنة ١٩٩١م) ، ص ٢٠ .

(٢) أكـرم طاشكندي وآخرون ، **أصول علم النفس** ، مرجع سابق ، ص ٨٩ .

للدلالة على الحالة « الفيزيولوجية » للخلايا الناجمة عن الحرمان ، بينما يستخدم مفهوم الدافع للدلالة على الحالة « النفسية » الناجمة عن الحاجة ، والتي تدفع الفرد للسلوك باتجاه إشباع الحاجة . وبهذا يمكن القول أن الدافع هو الجانب « النفسي » للحاجة . ومن الواضح إذن أن الدافع لايمكن ملاحظته مباشرة وإنما نستدل عليه من الآثار السلوكية التي تؤدي إليه . ولهذا نقول :إن الدافع عبارة عن مفهوم أو تكوين فرضي .

وظائف الدوافع الأساسية (١) :

١- تحريك وتنسيق السلوك بعد أن يكون في مرحلة من الاستقرار أو الاتزان النسبي . فالدوافع تحرك السلوك أو تكون هي نفسها دلالات تنشط الوظائف العضوية لإرضاء بعض الحاجات الأساسية .

٢- توجيه السلوك نحو وجهة معينة دون أخرى . فالدوافع بهذا المعنى انتقالية ، أي أنها تساعد الفرد على إنشاء الوسائل لتحقيق الحاجات عن طريق وضعه على اتصال مع بعض المثيرات المهمة لأجل بقائه مسببة بذلك سلوك إقدام ، وعن طريق إبعاد الإنسان عن مواقف تهدد بقاءه مسببة بذلك سلوك إحجام .

٣- المحافظة على استدامة تنشيط السلوك طالما بقي الإنسان مدفوعاً أو طالما بقيت الحاجة قائمة ، فالدوافع – كما أنها تحرك السلوك – تعمل على المحافظة عليه نشيطاً حتى يتم إشباع الحاجة .

---

(١) أكرم طاشقندي وآخرون ، **أصول علم النفس** ، مرجع سابق ص ٨٨ .

المطلب الثاني : تصنيفات الدوافع

هناك عدة محاولات لتصنيف الدوافع وحصرها في قائمة واحدة [(١)] .

المحاولة الأولى :

تصنيفها إلى دوافع فطرية أولية (غرائز) ، وإلى دوافع مكتسبة . ولكن يصعب الفصل بين ماهو فطري وما هو مكتسب .

المحاولة الثانية :

تصنيفها إلى دوافع (عضوية) Organic ، وإلى دوافع ثانوية .

أولاً : الدوافع الأولية : Primary drive

وهي دوافع فطرية أي موروثة ، كما أنها غالباً بيولوجية (أي جسمية) ، يشترك فيها الإنسان والحيوان . فهي عادة عبارة عن حاجات « فسيولوجية » تتحكم فيها الظروف الكيميائية والعصبية بقدر كبير ، مثل الحاجة إلى الطعام ، والماء ، والأكسجين ، والإخراج ، والراحة .

ولما كانت هذه الحاجات « الفسيولوجية » عامة بالنسبة لكل من الإنسان والحيوان ، فإنه يشار إليها كثيراً كحوافز أو دوافع حيوانية ، بعض هذه الحاجات عبارة عن نقص لدى الكائن ولذا يحتاجها مثل : الجوع والعطش ، وبعضها عبارة عن حاجة إلى خفض التوتر وتؤدي إلى « إنتاج خارجي » مثل :الجنس ، والإخراج .

لو أن إحدى هذه الحاجات أخمدت لفترة طويلة ، فإن الشخص يبذل طاقة لإشباعها ، والجوع هو أكثر حاجة فسيولوجية مرتبطة مباشرة بمجهود العمل لأن الأجور تقدم الوسيلة لإشباعها ، ويمكن ترتيب أهم الدوافع الأولية

---

(١) انظر :

أ - عزت الطويل ، علي عبد السلام ، **علم النفس العام** ، مرجع سابق ، ص ٢٤ .

ب - أكرم طاشقندي وآخرون ، **أصول علم النفس** ، مرجع سابق ، ص ٩١ .

جـ- عبد الله موسى ، **المدخل إلى علم النفس** ، (القاهرة : بدون ، سنة ١٩٨٤م) ص ٢٢٥ .

د - محمد النجاتي ، **علم النفس في حياتنا اليومية** ، ط ٥ (القاهرة : دار النهضة العربية ، سنة ١٩٦٦م) ص ٣٠ .

حسب أهميتها للإنسان كما يلي :

١- دوافع الأمومة .

٢- دافع العطش .

٣- دافع الجوع .

٤- دافع الجنس .

٥- دافع الاستطلاع .

وبعض هذه الدوافع حيوي بمعنى أن إشباعها ضروري لحياة الفرد . بينما البعض الآخر ليس كذلك مثل الدافع الجنسي ، مع أنه من الحاجات العضوية . وإذا تعارض دافعان في آن واحد ، فإن الفرد يختار السلوك الذي يمليه ويفرضه أقوى الدافعين وأكثرهما إلحاحًا عليه حسب الترتيب السابق . والحاجات « الحيوية » للكائن البشري تكون موجودة منذ الميلاد ويعزى إليها الكثير من السلوك المبكر للمولود الحديث .

ثانيًا : الدوافع الثانوية :

تنمو مع نمو الفرد مجموعة كبيرة من الدوافع المكتسبة تشتق من الدوافع الأولية ، ولذا تسمى بالدوافع الثانوية ، ونحن نكتسب هذه الدوافع أي نتعلمها خلال خبراتنا في البيئة وتعاملنا مع الآخرين . فالإنسان يسعى لحفظ التوازن النفسي عن طريق التوازن الانفعالي ، وذلك بإشباع الحاجات الشخصية والاجتماعية التي تجد على الحاجات « البيولوجية » نتيجة خبرات التعلم المبكرة . وتصبح هذه الدوافع المكتسبة عاملاً مؤثراً هاماً في سلوك الفرد وتحل محل الدوافع الأولية الموروثة وتقوم بوظيفتها .

وفيما يلي أقسام ثلاثة للحاجات النفسية والاجتماعية :

١- الحاجة إلى الأمن :

وأكثر حاجات الأمن أهمية هو « الأمن الانفعالي » وينشأ من شعور الفرد بأنه سوف يكون قادراً على حفظ علاقات متزنة مرضية مع الناس الذين لهم أهمية عاطفية في حياته .

٢- الحاجة إلى التقدير الاجتماعي :

يطلق عليها أيضاً حاجات « الانحياز » لأنها تتضمن تكوين علاقات مع الآخرين تتمثل في علاقات : الانتماء ، والحب ، والرضا ، والقبول ، والمكانة الاجتماعية .

٣- الحاجة إلى تحقيق الذات :

وتتمثل في إشباع الإنسان للحاجات النفسية الاجتماعية ، مثل الدافع إلى التقدير الاجتماعي .

ولقد تفوقت نظرية « ماسلو» في تصنيف الدوافع والتي تتمثل في الانتظام الهرمي للحاجات (حاجات « فسيولوجية » في قاعدة السلم تحجب بظهورها كل مافوقها) ، ثم تأتي بعد ذلك حاجات الأمن والسلامة ، ثم يأتي بعد ذلك حاجات المحبة والتعاطف والانتماء ، ثم تأتي بعد ذلك حاجات تقدير الذات في نظر الفرد وفي نظر الآخرين ، ثم تأتي أخيراً حاجات توكيد الذات وتحقيق إمكاناتها .

تلك هي الدوافع الأساسية عند «ماسلو» ، وهناك دوافع أخرى تلحق بها ، وينبغي التنبيه إلى أن هذا الترتيب التدريجي يمكن أن يأخذ انتشارات متباينة . بحيث يمكن القول بأن الدوافع عامة وفردية معاً ، وينبغي التنبيه أيضاً إلى أن الدوافع ، وإن تعاونت أحياناً في صياغة سلوك ما ، إلا أن الأساس هو تصارعها ، وقد يكون الصراع بين الحاجات من هذه الدرجة وحاجات من درجة أخرى .

ولم يحاول « فرويد » وضع قائمة مفصلة عن الدوافع الأساسية (Basic Motives) ، وإنما قال في البداية بتعارض مابين الدوافع الجنسية للإبقاء على النوع ، والدوافع الذاتية للإبقاء على الفرد ، ثم ضمها بعد ذلك تحت اسم دوافع الحياة ، أو الدوافع الجنسية في مقابل دوافع الموت .

ثالثاً : الدوافع الاجتماعية :

الدوافع الاجتماعية تشمل دائمًا التفاعل مع أشخاص آخرين ، أو مع جماعات ، فمثلاً الرغبة في المكانة تعني أن الفرد يرغب في الحصول على مكانة أعلى بدرجة معينة مع الأشخاص الآخرين ، والرغبة في الانتماء تعني أن الفرد يرغب في أن يكون مقبولاً من جماعته وهكذا .

ويمكن تصنيف الدوافع الاجتماعية إلى خمسة دوافع هي :

١- الأمن :

ومعناه الحاجة إلى الشعور بأن البيئة الاجتماعية بيئة صديقة ، والشعور بأن الآخرين يحترمونه ؛ بعبارة أخرى الحاجة إلى الشعور بأن الفرد مقبول داخل جماعته .

٢- السيطرة :

ومعناها الحاجة إلى تحصيل مكانة مرتفعة داخل الجماعة ، وفرض حاجات الفرد على الآخرين ، وتحقيق القوة للسيطرة على الآخرين .

٣- الامتلاك :

وهذا معناه الرغبة في الامتلاك الشخصي كالثروة وغير ذلك .

٤- التوحد بالجماعة :

أي تمثل أهداف الجماعة واتجاهاتها ، والرغبة في امتداد الجماعة التي ينتمي إليها الفرد .

٥- القيم :

فبالإضافة إلى الرغبة في تحقيق علاقات اجتماعية من نوع معين ، والسعي لتحقيق هذه العلاقات ، فإننا نجد الإنسان يسعى أيضاً من أجل بعض الأهداف الاجتماعية التي نسميها بالقيم . ومعايير الصواب والخطأ هي التي تصنع قيم الإنسان ، فمثلا بالنسبة للعالم تصبح المعرفة والحقيقة قيمتين أساسيتين ، ولاشك أن القيم هي نتائج التوحدات بالجماعة .

وهناك من ينظر إلى هذه الحاجات والدوافع على أنها تنقسم إلى قسمين :[١] .

(١) حاجات ودوافع روحية .

(٢) حاجات ودوافع مادية .

وذلك نظرًا لأن الإنسان يتكون من جانبين : الجانب الروحي ، والجانب المادي ، كما قد يضاف إلى هذين النوعين الحاجات والدوافع الفكرية والعقلية، بناء على ارتباط كل من هذه الدوافع بالروح والعقل والجسد .

إن الإسلام يعتني بالحاجات والدوافع المادية والروحية والعقلية معًا ، ويعطيها حقها ، ويقوم بضبط تلك الحاجات بضابط الشرع ، ويكبح جماح الحاجات والدوافع الخارجة عن تعاليمه ، لما فيها من فساد في الأرض يلحق الضرر بالفرد والمجتمع ، أما في الفكر الغربي فإنه لايهتم إلا بالحاجات المادية فقط التي تدر نفعاً مادياً ملموساً ، أما عدا ذلك فلا قيمة له .

لذلك نرى انعكاس ذلك على الإعلام الغربي الذي يلبي الحاجات المادية فقط وإن كانت منحرفة ، بينما الإعلام الإسلامي يلبي الحاجات المادية والروحية والعقلية المنضبطة بتعاليم الإسلام ، ويقوم بتوجيه تلك الحاجات التوجيه الحسن .

لذلك نجد أن الدوافع والحاجات المطلوبة في مجتمعنا المسلم لاتخرج عن تعاليم الإسلام ، ودوافع المشاهدة للتلفزيون سواء برامج خاصة أو عامة في مجتمعنا المسلم ملتزمة بذلك .

فقد أثبتت دراسة [٢] على المجتمع السعودي أن هناك دوافع لمشاهدة البرامج الدينية في التلفزيون ، ومن هذه الدوافع :

(١) دوافع الاهتمام بأمور المسلمين .

(٢) دافع التفاعل مع قضايا المجتمع .

---

(١) نبيل السمالوطي ، **الإسلام وقضايا علم النفس الحديث** (جده : دار الشروق ، سنة ١٤٠٠هـ) ، ص٩٠ .

(٢) مساعد المحيا ، **دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية** ، مرجع سابق ، ص١٩٢ .

(٣) دافع التعرف على بديع صنع الله وتوثيق الصلة به .

(٤) دافع معرفة الأحكام الشرعية .

كما أثبتت دراسة[١] أخرى أن هناك دوافع تعرض للتلفزيون عموماً ، ومن أهم هذه الدوافع مايلي :

١- دافع الاسترخاء والترفيه .

٢- دافع الإلمام بما يحدث في العالم .

٣. دافع شغل أوقات الفراغ .

٤- دافع الرغبة في التعلم والثقافة .

٥- دافع معرفة الموضوعات التي تصلح للنقاش .

(١) حسن مكاوي ، **استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان** ، مرجع سابق ، ص ١١٦ .

البــاب الثانـي

الدراستان : التحليلية والميدانية

الفصل الأول :

- نتائج الدراسة التحليلية .

الفصل الثاني :

- نتائج الدراسة الميدانية .

الفصل الثالث :

- تقويم نتائج الدراستين : التحليلية والميدانية .

الفصل الأول

نتائج الدراسة التحليلية وإجراءاتها

المبحث الأول :

مضمون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة.

المبحث الثاني :

أشكال البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة .

إجراءات الدراسة التحليلية :

أولاً : منهج الدراسة :

تعد هذه الدراسة التحليلية من البحوث الكمية ، ويسمح هذا النوع من البحوث بإمكانية خضوع البيانات للتحليل الرياضي ، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي لتحليل مضمون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، وقام بالتحليل الاستدلالي للبرامج الدينية ، واستخدم في إطار المنهج المسحي أسلوب الدورة (Rotation) ، وقام ببناء فترة صناعية لمدة شهر كامل لكل قناة من القنوات –عينة الدراسة : (قناة الأردن الفضائية – قناة الشارقة الفضائية – قناة المنوعات الفضائية – قناة الشرق الأوسط الفضائية) في الفترة من ١/١/١٤١٩هـ ولمدة سبعة أشهر من دورتين تلفزيونيتين لكل قناة ؛ وقد تم بناء ذلك الشهر كالآتي :

الأسبوع الأول	
اليوم	اسم القناة
الاثنين	قناة الأردن
الثلاثاء	قناة الشارقة
الأربعاء	قناة المنوعات
الخميس	قناة الشرق الأوسط

الأسبوع الثاني	
اليوم	اسم القناة
الثلاثاء	قناة الأردن
الأربعاء	قناة الشارقة
الخميس	قناة المنوعات
الجمعة	قناة الشرق الأوسط

الأسبوع الثالث	
اليوم	اسم القناة
الأربعاء	قناة الأردن
الخميس	قناة الشارقة
الجمعة	قناة المنوعات
السبت	قناة الشرق الأوسط

الأسبوع الرابع	
اليوم	اسم القناة
الخميس	قناة الأردن
الجمعة	قناة الشارقة
السبت	قناة المنوعات
الأحد	قناة الشرق الأوسط

ثانيًا : مجتمع الدراسة والعينة :

يشمل مجتمع الدراسة التحليلية البرامج الدينية في : قناة الأردن الفضائية ، وقناة الشارقة الفضائية ، وقناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي ، وقناة الشرق الأوسط الفضائية ؛ وتشمل البرامج الدينية الآتي :

(١) المضمون الديني في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

(٢) أشكال البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

أما عينة الدراسة فقد احتوت على الآتي :

(١) البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية بلغت (٣٣) برنامجًا .

(٢) البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية بلغت (٢٩٤) برنامجًا .

(٣) البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط بلغت (٤١) برنامجًا .

(٤) البرامج الدينية في قناة المنوعات الفضائية بلغت (١٤٠) برنامجًا .

خطوات تحليل البرامج الدينية :

أولاً : تحليل المضمون :

أ – تحديد وحدات تحليل المضمون وهي :

(١) استخدم الباحث وحدة (الموضوع) لتحليل مضمون البرامج الدينية في القنوات الفضائية – عينة الدراسة .

(٢) استخدم الباحث (الدقائق) كوحدة لقياس الزمن للبرنامج الديني في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

ب – فئات تحليل المضمون :

حدد الباحث مجموعة فئات خاصة بمضمون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة وهي :

(١) فئة أنواع البرامج الدينية :

أ - تعليم القرآن الكريم وتجويده وتفسيره .

ب - برامج تفسير السنة النبوية .

جـ- برامج الفقه والفتاوى .

د - برامج تربوية واجتماعية .

هـ- برامج ثقافية .

(٢) فئة موضوعات البرامج الدينية :

أ - الموضوعات العقدية .

ب - الموضوعات التعبدية .

جـ- موضوعات المعاملات والحدود .

د - موضوعات الآداب والأخلاق .

هـ- الموضوعات الدعوية والإرشادية .

و - الموضوعات الفكرية .

(٣) فئة الأفكار المثارة في كل موضوع :

أ - فئة العقائد :

١- الإيمان بالغيب .

٢- الإيمان بالله - سبحانه وتعالى .

٣- الإيمان بالملائكة .

٤- الإيمان بالرسل - عليهم السلام .

٥- الإيمان باليوم الآخر .

٦- الإيمان بالقدر خيره وشره .

ب - فئة العبادات :

١- الطهارة .

٢- الصلاة .

٣- الزكاة .

٤- الصوم .

٥- الحج .

٦- العمرة .

٧- الدعاء .

جـ – فئة المعاملات والحدود :

١– البيوع . ٢– الوصايا .

٣– الفرائض . ٤– النكاح .

٥– الطلاق . ٦– اللعان .

٧– الرضاع . ٨– القصاص .

٩– الإيمان والنذر . ١٠– الأطعمة .

١١– الأشربة . ١٢– اللباس .

١٣– الجهاد . ١٤– العتق .

١٥– الحدود .

د – فئة الأخلاق والقيم والآداب :

١– الصدق . ٢– الأمانة .

٣– الإيثار . ٤– الإحسان .

٥– الحياء . ٦– الصبر .

٧– العدل . ٨– الرحمة .

٩– الجود . ١٠– النصح .

١١– الاستئذان . ١٢– حقوق الجار .

١٣– بر الوالدين .

هـ – فئة الدعوة والإرشاد :

١– الأمر بالمعروف . ٢– النهي عن المنكر .

و- فئة الموضوعات الفكرية :

١- سياسية .　　　　٢- اقتصادية .

٣- اجتماعية .

ز- فئة الموضوعات الثقافية :

١- فنون الحضارة الإسلامية .　　٢- الآثار والأماكن الإسلامية .

٣- تراث إسلامي (عادات وتقاليد) . ٤- تاريخ إسلامي .

ح - فئة الموضوعات العلمية :

١- علوم نظرية إسلامية .　　٢- علوم تطبيقية ذات طابع إسلامي .

٤ - فئة أهداف البرامج الدينية :

١- تربوية .　　　　٢- تعليم وتثقيف .

٣- دعوة وإرشاد ووعظ .

٥ - فئة مصادر الاستشهاد المستخدمة في البرامج الدينية :

١- القرآن الكريم .　　　٢- السنة النبوية .

٣- أقوال العلماء والفقهاء .　　٤- شواهد من الواقع .

٥- شواهد من التاريخ .　　٦- رأي شخصي .

٦- فئة اتجاه البرامج الدينية :

١- الاتجاه السلبي .　　٢- الاتجاه الإيجابي .

ثانيًا : الأشكال أو القوالب الفنية للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

أ - فئة الشكل :

١- الحديث . ٢- حديث إلى جمهور مستمع .

٣- حديث مباشر إلى جمهور مستمع ومشارك . ٤- الندوة .

٥- ندوة بجمهور مستمع ٦- ندوة بجمهور مشارك على الهواء .

٧- مقابلة . ٨- مقابلة بحوار مفتوح مع الجمهور .

٩- مجلة . ١٠- مسابقة .

١١- برنامج وثائقي . ١٢- مسلسل .

١٣- مواقف درامية . ١٤- تمثيلية .

١٥- فيلم . ١٦- قاص وقصة .

ب - فئة المادة المصاحبة للبرنامج الديني :

١- مشهد تمثيلي . ٢- فيلم درامي .

٣- فيلم تسجيلي . ٤- فيلم علمي .

٥- لقطات حية . ٦- كاريكاتير .

٧- صور . ٨- خرائط .

جـ- اللغة المستخدمة في البرنامج الديني :

١- فصحى التراث . ٢- الفصحى الميسرة .

٣- المختلطة . ٤- الغالبة .

د – فئة زمن البرنامج الديني :

١- (٥-١٤) دقيقة . ٢- (١٥- ٢٩) دقيقة .

٣- (٣٠-٤٤) دقيقة . ٤- (٤٥-٥٩) دقيقة .

٥- ساعة فأكثر .

هـ- فئة توقيت إذاعة البرنامج الديني :

١- (٥-١٢) صباحًا . ٢- (١٢-٤٠)ظهرًا .

٣- (٤-٨) مساءً . ٤- (٢-٥) صباحًا .

أسلوب جمع البيانات والأدوات :

تم تصميم (استبيان) خاص للبرامج الدينية يتضمن المتغيرات القابلة للقياسات المذكورة في الفئات السابقة ؛ وعرضها الباحث على مجموعة من المحكمين[1] من ثلاث جامعات هي : (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية – جامعة الملك سعود – جامعة أم القرى) وقام الباحث بتسجيل البرامج الدينية الخاضعة للدراسة على الشرائط ؛ ثم تحليل كل برنامج باستمارة مستقلة ، ثم تفريغ الاستمارات في جداول تحتوي على (ترميز) لكل فئة لتهيئة المعلومات اللفظية لتصبح معلومات رقمية ، ثم استخدم ولباحث الحاسوب في التحليل الإحصائي .

---

(١) المحكمون :

جامعة الإمام محمد بن سعود قسم الإعلام ، قام بتحكيم استمارة تحليل المضمون كل من :

أ – أ. د : سيد محمد الساداتي الشنقيطي .

ب – د . أحمد بن سيف الدين .

جـ- د . محمد عبد العزيز الحيزان .

(٢) جامعة الملك سعود . د .بكر إبراهيم .

(٣) جامعة أم القرى ، د . أحمد محمد البناني .

المبحث الأول
مضمون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية
عينة الدراسة

المطلب الأول :

- أنواع البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

المطلب الثاني :

- موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

المطلب الثالث :

-الأفكار الفرعية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

المطلب الرابع :

- مصادر الاستشهاد المستخدمة في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

المطلب الخامس :

- أهداف موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية عينة الدراسة .

المطلب السادس :

-اتجاهات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

المطلب الأول : أنواع البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

جدول رقم (١)

الرقم	أنواع البرامج الدينية	قناة الأردن الفضائية		قناة الشارقة الفضائية		قناة الشرق الأوسط الفضائية		قناة المنوعات الفضائية	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	تعليم القرآن الكريم	–	–	٣٦	٪١٢,٢	–	–	١	٪٠,٧
٢	تفسير القرآن الكريم	٢٧	٪٨١,٨١	٣٧	٪١٢,٦	–	–	٧	٪٥,٠
٣	السنة النبوية وتفسيرها	٢	٪٦,٠٦	٤٥	٪١٥,٣	١	٪٢,٤	٢٦	٪١٨,٦
٤	الفقه والفتاوى	–	–	١٠	٪٣,٤٠	–	–	٧	٪٥,٠
٥	تربوي واجتماعي	–	–	٣٩	٪١٣,٣	١٥	٣٦,٦	٢٢	٪١٥,٧
٦	علمي وتثقيفي	٣	٪٩,٠٩	٦٤	٪٢١,٨	٢٠	٪٤٨,٨	٤٨	٪٣٤,٣
٧	السير والتاريخ والشخصيات	–	–	٦٣	٪٢١,٤	٥	٪١٢,١٩	٢٩	٪٢٠,٧
٨	المجموع	٣٣	٪١٠٠	٢٩٤	٪١٠٠	٤١	٪١٠٠	١٤٠	٪١٠٠

يشير الجدول السابق إلى أنواع البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، فقد تباينت تكرارات ونسب أنواع البرامج في القنوات الخاضعة للدراسة ، وجاءت برامج تعليم القرآن الكريم في قناةالأردن الفضائية بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة الفضائية جاءت بتكرار (٣٦) بنسبة (١٢,٢٪) من مجموع برامجها ، وفي قناة الشرق الأوسط الفضائية بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات الفضائية جاءت بتكرار (١) بنسبة (٠,٧٪) ، كما جاءت برامج تفسير القرآن الكريم في قناة الأردن الفضائية بتكرار (٢٧) بنسبة (٨١,٨١٪) ، وفي قناة الشارقة الفضائية جاءت برامج تفسير القرآن الكريم بتكرار (٣٧) بنسبة (١٢,٦٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط الفضائية بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات جاءت بتكرار (٧) بنسبة (٥٪) ، وجاءت برامج تفسير السنة النبوية في قناة الأردن الفضائية بتكرار (٢) بنسبة (٦,٠٦٪) من مجموع برامجها ، وفي قناة الشارقة الفضائية جاءت بتكرار (٤٥) بنسبة (١٥,٣٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط جاءت برامج تفسير السنة بتكرار (١) بنسبة (٢,٤٪) ، وفي قناة المنوعات جاءت برامج تفسير السنة بتكرار (٢٦) بنسبة (١٨,٦٪) ، أما برامج الفقه والفتاوى فقد جاءت في قناة الأردن الفضائية بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة الفضائية جاءت برامج الفقه والفتاوى بتكرار (١٠) بنسبة (٣,٤٠٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط جاءت برامج الفقه والفتاوى بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات جاءت برامج الفقه والفتاوى بتكرار (٧) بنسبة (١٥,٧٪) من مجموع برامجها الفضائية ؛ والبرامج التربوية والاجتماعية في قناة الأردن جاءت بدون تكرار ، وجاءت البرامج التربوية والاجتماعية في قناة الشارقة بتكرار (٣٩) بنسبة (١٣,٣٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط جاءت بتكرار (١٥) بنسبة (٣٦,٦٪) ، وفي قناة المنوعات الفضائية جاءت البرامج التربوية والاجتماعية بتكرار (٢٢) بنسبة (١٥,٧٪) ، وجاءت البرامج العلمية والثقافية في قناة الأردن الفضائية بتكرار (٣) بنسبة (٩,٩٪) ، وجاءت البرامج العلمية والثقافية

في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٦٤) بنسبة (٢١,٨٪) ، كما جاءت برامج السير والتاريخ والشخصيات في قناة الأردن الفضائية بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة الفضائية جاءت برامج السير والتاريخ بتكرار (٦٣) بنسبة (٢١,٤٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط جاءت برامج السير والتاريخ بتكرار (٥) بنسبة (١٢,١٩٪) ، وفي قناة المنوعات جاءت برامج السير والتاريخ بتكرار (٢٩) بنسبة (٢٠,٧٪) من مجموع برامجها .

ويلاحظ على الجدول السابق أن برامج تعليم القرآن الكريم جاءت بأعلى نسبة في قناة الشارقة الفضائية حيث مثلت (١٢,٢٪) من بين قنوات التلفزيون الفضائية العربية – عينة الدراسة ، وبرامج تفسير القرآن الكريم مثلث أعلى نسبة في قناة الأردن الفضائية حيث جاءت (٨١,٨١٪) ، وبرامج السنة النبوية وتفسيرها كانت أعلى نسبة مثلتها قناة المنوعات إذ بلغت (١٨,٦٪) ، أما برامج الفقه والفتاوى فكانت أعلى نسبة مثلتها قناة المنوعات أيضًا إذ بلغت (٥,٠٪) ، والبرامج التربوية والاجتماعية كانت أعلى نسبة في قناة الشرق الأوسط ، إذ مثلت (٣٦,٦٪) ، والبرامج العلمية والثقافية مثلت أعلى نسبة فيها في قناة الشرق الأوسط أيضًا وبلغت (٤٨,٨٪) ، وبرامج السير والتاريخ والشخصيات جاءت أعلى نسبة فيها في قناة الشارقة الفضائية بلغت (٢١,٤٪) ، وهذا يشير إلى عدم توازن أنواع البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، كما أن كل قناة من عينة الدراسة قد تميزت بعرض أنواع معينة من البرامج الدينية دون الأنواع الأخرى ؛ مما يشير الى أن التخطيط ضعيف جداً بالنسبة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، لذلك يجب وضع خطة متوازنة للبرامج الدينية في أي قناة فضائية عربية تشمل كافة أنواع البرامج وبنسب متقاربة .

المطلب الثاني : الموضوعات الرئيسة في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

جدول رقم (٢)

الرقم	الموضوعات	قناة الأردن الفضائية		قناة الشارقة الفضائية		قناة الشرق الأوسط الفضائية		قناة المنوعات الفضائية	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	العقائد	–	٪٠.٠	٣٨	٪١٢.٩٥	٦	٪١٤.٦	٣٢	٪٢٢.٨
٢	العبادات	١	٪٣.٠	١٧	٪٥.٨	٦	٪١٤.٦	١٩	٪١٣.٦
٣	المعاملات والحدود	–	٪٠,٠	٨	٪٢.٧	١	٪٢,٤	٥	٪٣.٦
٤	الآداب والأخلاق	١	٪٣.٠	٦٤	٪٢١.٨	١١	٪٢٦.٨	٤	٪٢.٩
٥	الدعوية والإرشادية	٤	٪١٢,١	٤١	٪١٣,٩	٧	٪١٧,١	١٢	٪٨,٥
٦	قضايا فكرية	–	٪٠,٠	١١	٪٣,٧	٨	٪١٩,٥	١٣	٪٩,٣
٧	العلمية والثقافية	٢٧	٪٨١,٨	١١٥	٪٣٩,١	٢	٪٤,٨	٥٥	٪٣٩,٢
٨	المجموع	٣٣	٪١٠٠	٢٩٤	٪١٠٠	٤١	٪١٠٠	١٤٠	٪١٠٠

أشار الجدول السابق إلى موضوعات البرامج الدينية الرئيسة في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، فجاءت الموضوعات العقدية في قناة الأردن الفضائية بدون تكرار ، وجاءت في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٣٨) بنسبة (١٢,٩٥٪) ، وجاءت في قناة الشرق الأوسط بتكرار (٦) بنسبة (١٤,٦٪) ، وجاءت في قناة المنوعات بتكرار (٣٢) بنسبة (٢٢,٨٪) .

الموضوعات الخاصة بالعبادات جاءت في قناة الأردن الفضائية بتكرار (١) بنسبة (٣,٠٪) ، وجاءت العبادات في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (١٧) بنسبة (٥,٨٪) ، وجاءت في قناة الشرق الأوسط بتكرار (٦) بنسبة (١٤,٦٪) ، وجاءت في قناة المنوعات الفضائية بتكرار (١٩) بنسبة (١٣,٦٪) ، أما المعاملات والحدود فجاءت في قناة الأردن الفضائية بدون تكرار ، وجاءت في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٨) بنسبة (٢,٧٪) ، وجاءت في قناة الشرق الأوسط بتكرار (١) بنسبة (٢,٤٪) ، وجاءت في قناة المنوعات بتكرار(٥) بنسبة (٣,٦٪) .

وموضوعات الآداب والأخلاق والقيم جاءت في قناة الأردن الفضائية بتكرار (١) بنسبة (٣,٠٪) ، وجاءت في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٦٤) بنسبة (٢١,٨٪) ، وجاءت في قناة الشرق الأوسط بتكرار (١١) بنسبة (٢٦,٨٪) ، وجاءت في قناة المنوعات بتكرار (٤) بنسبة (٢,٩٪) ، والموضوعات الدعوية والإرشادية جاءت في قناة الأردن الفضائية بتكرار (٤) بنسبة (١٢,١٪) ، وجاءت في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٤١) بنسبة (١٣,٩٪) ، وجاءت في قناة الشرق الأوسط بتكرار (٧) بنسبة (١٧,١٪) ، وجاءت في قناة المنوعات بتكرار (١٢) بنسبة (٨,٥٪) .

والموضوعات الفكرية جاءت في قناة الأردن الفضائية بدون تكرار ، وجاءت في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (١١) بنسبة (٣,٧٪) ، وجاءت في قناة الشرق الأوسط بتكرار (٨) بنسبة (١٩,٥٪) ، وجاءت في قناة المنوعات بتكرار (١٣) بنسبة (٩,٣٪) .

والموضوعات العلمية والثقافية جاءت في قناة الأردن الفضائية بتكرار (٢٧) بنسبة (٨١,٨٪) ، وجاءت في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (١١٥) بنسبة (٣٩,١٪) ، وجاءت في قناة الشرق الأوسط بتكرار (٢) بنسبة (٤,٨٪) ، وجاءت في قناة المنوعات بتكرار (٥٥) بنسبة (٣٩,٢٪) .

ويلاحظ على جدول الموضوعات الرئيسة في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية أن الموضوعات العقدية جاءت بأعلى نسبة في قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي وبلغت (٢٢,٨٪) ، والموضوعات الخاصة بالعبادات جاءت أعلى نسبة في قناة الشرق الأوسط وبلغت (١٤,٦٪) ، والموضوعات الخاصة بالمعاملات والحدود سجلت أعلى نسبة قناة المنوعات بتلفزيون العرب وبلغت (٣,٦٪) ، والموضوعات الخاصة بالآداب والأخلاق والقيم جاءت أعلى نسبة في قناة الشرق الأوسط حيث بلغت (٢٦,٨٪) ، والموضوعات الدعوية والإرشادية جاءت أعلى نسبة أيضًا في تلفزيون الشرق الأوسط وبلغت (١٧,١٪) ، والموضوعات الفكرية جاءت أعلى نسبة في قناة الشرق الأوسط أيضًا وبلغت (١٩,٥٪) ، والموضوعات العلمية والثقافية جاءت أعلى نسبة في قناة الأردن الفضائية حيث بلغت (٨١,٨٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن كل قناة فضائية عربية من عينة الدراسة قد تميزت بتناول موضوعات دينية خاصة وسجلت أعلى نسبة فيها ، والأمر الآخر على الرغم من تفاوت حجم البرامج الدينية في كل قناة من القنوات الفضائية العربية -عينة الدراسة - إلا أن الكم لم يكن ذا أهمية إذ تغلبت قنوات فضائية أخرى من عينة الدراسة عليها في تنوع الموضوعات وحازت على أعلى النسب ، كما يشير الجدول السابق أيضًا إلى عدم توازن موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية - عينة الدراسة - وهناك خلل واضح في توزيع الموضوعات على خريطة البرامج الدينية بل يكاد يكون التخطيط معدومًا .

المطلب الثالث : الأفكار الفرعية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية - عينة الدراسة :

(١) الأفكار الفرعية في العقائد .

جدول رقم (٣)

الرقم	العقيدة	قناة الأردن الفضائية		قناة الشارقة الفضائية		قناة الشرق الأوسط الفضائية		قناة المنوعات الفضائية	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	الإيمان بالغيب	-	٠,٠٠٪	٨	٢,٧٪	١	٢,٤٪	٧	٥,٠٪
٢	الإيمان بالله سبحانه وتعالى	-	٠,٠٠٪	١٣	٤,٤٪	٤	٩,٨٪	٢٢	١٥,٧٪
٣	الإيمان بالملائكة	-	٠,٠٠٪	-	٠,٠٠٪	-	٠,٠٠٪	-	٠,٠٠٪
٤	الإيمان بالكتب	-	٠,٠٠٪	٤	١,٤٪	-	٠,٠٠٪	١	٠,٧٪
٥	الإيمان بالرسل	-	٠,٠٠٪	٩	٣,١٪	-	٠,٠٠٪	٢	١,٤٪
٦	الإيمان باليوم الآخر	-	٠,٠٠٪	١	٠,٣٪	١	٢,٤٪	-	٠,٠٠٪
٧	الإيمان بالقدر خيره وشره	-	٠,٠٠٪	٣	١,٠٪	-	٠,٠٠٪	-	٠,٠٠٪
٨	المجموع	-	٠,٠٠٪	٣٨	١٢,٩٪	٦	١٤,٦٪	٣٢	٢٢,٨٪

أشار الجدول السابق إلى العقائد في الأفكار الفرعية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، فجاء الإيمان بالغيب في قناة الأردن الفضائية بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٨) بنسبة (٢,٧٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بتكرار (١) بنسبة (٢,٤٪) ، وفي قناة المنوعات بتكرار (٧) بنسبة (٥,٠٪) ، أما الإيمان بالله سبحانه وتعالى فجاء في قناة الأردن الفضائية بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة الفضائية جاء بتكرار (١٣) بنسبة (٤,٤٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط جاء بتكرار (٤) بنسبة (٩,٨٪) ، وفي قناة المنوعات جاء بتكرار (٢٢) بنسبة (١٥,٧٪) ، والإيمان بالملائكة جاء في قناة الأردن الفضائية بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة الفضائية جاء بدون تكرار ، وفي قناة الشرق الأوسط جاء بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات جاء بدون تكرار .

والإيمان بالكتب جاء بدون تكرار في قناة الأردن ، وفي قناة الشارقة جاء بتكرار (٤) بنسبة (١,٤٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط جاء بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات جاء بتكرار (١) بنسبة (٠,٧٪) . والإيمان بالرسل (صلوات الله عليهم أجمعين) جاء في قناة الأردن بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة جاء بتكرار (٩) بنسبة (٣,١٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط جاء بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات جاء بتكرار (٢) بنسبة (١,٤٪) ، والإيمان باليوم الآخر جاء في قناة الأردن بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة جاء بتكرار (١) بنسبة (٠,٣٪) ، وجاء في قناة الشرق الأوسط بتكرار (١) بنسبة (٢,٤٪) ، وجاء في قناة المنوعات بدون تكرار ، أما بالنسبة للإيمان بالقدر خيره وشره فقد جاء في قناة الأردن بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة جاء بتكرار (٣) بنسبة (١,٠٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط جاء بدون تكرار ، وأيضًا في قناة المنوعات جاء بدون تكرار .

ويلاحظ على الجدول السابق أن العقائد جاءت بدون تكرارات في قناة الأردن الفضائية إذ لم تتناول برامجها الدينية – عينة الدراسة – أي موضوع عقدي ؛ وهذا

قصور واضح ، فلا يمكن أن تخلو برامج دينية من تناول موضوعات عقدية ، ويلاحظ أيضًا أن الإيمان بالغيب جاء بأعلى نسبة في قناة المنوعات بتلفزيون العرب حيث بلغت (٥٪) ، والإيمان بالله عز وجل جاء بأعلى نسبة في قناة المنوعات أيضاً وبلغت (١٥,٧٪) ، أما الإيمان بالملائكة فلم يذكر عنه شيء في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، وهذا يشير إلى نقص واضح في هذا الجانب ، والإيمان بالكتب جاء بأعلى نسبة في قناة الشارقة حيث بلغت (١,٤٪) ، والإيمان بالرسل (صلوات الله عليهم أجمعين) جاء بأعلى نسبة في قناة الشارقة الفضائية بلغت (٣,١٪) ، والإيمان باليوم الآخر جاء بأعلى نسبة في قناة الشرق الأوسط بلغت (٢,٤٪) ، والإيمان بالقدر خيره وشره جاء بأعلى نسبة في قناة الشارقة حيث بلغت (١,٠٪) ، وهذا يشير إلى الموضوعات العقدية رغم أهميتها وأولويتها إلا أنها في مجملها جاءت بنسب ضئيلة في البرامج الدينية ، إضافة إلى ذلك يلاحظ عدم التوازن في تناول الأفكار في الموضوعات العقدية ، فهناك تباين واضح يدل على عدم التخطيط البرامجي الجيد في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة – فهناك موضوعات عقدية انعدمت في برامج قناة الأردن الفضائية مما يدل على عدم الاهتمام بهذا النوع من البرامج ، كما أن بعض الموضوعات العقدية انعدمت أيضاً في بعض برامج القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، وهذا يشير إلى تخطيط برامجي غير متوازن ، إن القنوات الفضائية – عينة الدراسة – تبث برامجها وتستهدف جمهوراً غالبيته يدين بالإسلام سواءً داخل البلاد الإسلامية أو خارجها ، فلذلك ينبغي على هذه القنوات أن تولي البرامج الدينية اهتماماً خاصاً يتفق مع اتجاهات الجمهور وانتمائه الإسلامي ، وليس بتهميش هذا النوع من البرامج ، خاصة أن هناك جاليات عربية مسلمة تعيش في الغرب هي في أمس الحاجة لهذا الجانب الديني ، ويشير إلى ذلك الاتصالات التي تتلقاها برامج الفتاوى على الهواء مباشرة من هذه الجاليات العربية المسلمة التي تعيش في الغرب .

(٢) الأفكار الفرعية في العبادات

جدول رقم (٤)

الرقم	العبادة	قناة الأردن الفضائية		قناة الشارقة الفضائية		قناة الشرق الأوسط الفضائية		قناة المنوعات الفضائية	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	الطهارة	–	٪٠,٠٠	١	٪٠,٣	–	٪٠,٠٠	–	٪٠,٠٠
٢	الصلاة	–	٪٠,٠٠	٥	٪١,٧	–	٪٠,٠٠	–	٪٠,٠٠
٣	الزكاة	–	٪٠,٠٠	٦	٪٢,٠	–	٪٠,٠٠	٨	٪٥,٧
٤	الصوم	–	٪٠,٠٠	٥	٪١,٧	–	٪٠,٠٠	٢	٪١,٤
٥	الحج	–	٪٠,٠٠	–	٪٠,٠٠	٣	٪٧,٣	١	٪٠,٧
٦	العمرة	–	٪٠,٠٠	–	٪٠,٠٠	–	٪٠,٠٠	–	٪٠,٠٠
٧	الدعاء	١	٪٣,٠	–	٪٠,٠	٣	٪٧,٣	٨	٪٥,٧
٨	المجموع	١	٪٣,٠	١٧	٪٥,٨	٦	٪١٤,٦	١٩	٪١٣,٦

يوضح الجدول السابق الأفكار الفرعية في موضوع العبادات في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، فجاءت الطهارة في قناة الأردن الفضائية بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة بتكرار (١) بنسبة (٣,٠٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات أيضًا جاءت بدون تكرار . أما الصلاة فجاءت فقط في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٥) بنسبة (١,٧٪) ، والزكاة جاءت في قناة الأردن بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة بتكرار (٦) بنسبة (٢٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات جاءت بتكرار (٨) بنسبة (٥,٧٪) ، والصوم جاء في قناة الأردن بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة بتكرار (٥) بنسبة (١,٧٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات جاء بتكرار (٢) بنسبة (١,٤٪) ، أما الحج فقد جاء في قناة الأردن بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة بدون تكرار ، وفي قناة الشرق الأوسط بتكرار (٣) بنسبة (٧,٣٪) ، وفي قناة المنوعات جاء بتكرار (١) بنسبة (٠,٧٪) ، وجاءت العمرة بدون تكرارات في جميع القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، أما الدعاء فجاء في قناة الأردن الفضائية بتكرار (١٧) بنسبة (٥,٨٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بتكرار (٦) بنسبة (١٤,٦٪) ، وفي قناة المنوعات بتكرار (١٩) بنسبة (١٣,٦٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن الطهارة جاءت فقط في قناة الشارقة الفضائية ، والصلاة جاءت فقط أيضا في قناة الشارقة الفضائية ، ولم يذكر عنهما شيء في القنوات الأخرى – عينة الدراسة – وهذا يشير إلى ضعف واضح في تناول أفكار العبادات ، والزكاة لم يذكر عنها شيء في قناتي: الأردن والشرق الأوسط ، في حين سجلت أعلى نسبة قناة المنوعات حيث بلغت (٥,٧٪) ، والصوم أيضًا لم يذكر عنه شيء في قناتي : الأردن والشرق الأوسط ، في حين سجل أعلى نسبة في قناة الشارقة حيث بلغت (١,٧٪) ، والحج لم يذكر عنه شيء في قناتي : الأردن والشارقة ؛ في حين سجل أعلى نسبة في قناة الشرق الأوسط حيث بلغت (٧,٣٪) ، والعمرة لم يذكر عنها شيء في جميع قنوات الدراسة ، أما الدعاء فأعلى نسبة له كانت في قناة الشرق الأوسط . وهذا يشير أيضًا إلى خلل واضح وغير متوازن بالنسبة لتناول العبادات في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

(٣) الأفكار الفرعية في المعاملات والحدود .

جدول رقم (٥)

الرقم	المعاملات والحدود	قناة الأردن الفضائية		قناة الشارقة الفضائية		قناة الشرق الأوسط الفضائية		قناة المنوعات الفضائية	
		التكـرار	النسبة المئوية	التكـرار	النسبة المئوية	التكـرار	النسبة المئوية	التكـرار	النسبة المئوية
١	البيوع	–	٪٠,٠	٣	٪١,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
٢	الوصايا	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
٣	الفرائض	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
٤	النكاح	–	٪٠,٠	١	٪٠,٣	١	٪٢,٤	–	٪٠,٠
٥	الطلاق	–	٪٠,٠	١	٪٠,٣	–	٪٠,٠	٢	٪١,٤
٦	اللعان	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
٧	الرضاع	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
٨	القصاص	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
٩	الإيمان والنذر	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
١٠	الأطعمة	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
١١	الأشربة	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
١٢	اللباس	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
١٣	الجهاد	–	٪٠,٠	٢	٪٦,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
١٤	العتق	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
١٥	الحدود	–	٪٠,٠	١	٪,٣	–	٪٠,٠	٣	٪٢,١
	المجمـــوع	–	٪٠,٠	٨	٪٢,٧	١	٪٢,٤	٥	٪٣,٦

يوضح الجدول السابق المتعلق بالأفكار الفرعية في موضوعات المعاملات والحدود في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية أن قناة الأردن الفضائية لم تذكر شيء على الإطلاق خاص بالمعاملات والحدود في برامجها الدينية ، أما قناة الشارقة الفضائية فقد جاء ت البيوع بتكرار (٣) بنسبة (٠,١٪) ، والنكاح والطلاق مرة واحدة وبنسبة (٠,٣٪) لكل منهما ، والجهاد بتكرار (٢) بنسبة (٠,٦٪) ، والحدود مرة واحدة بنسبة (٠,٣٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط الفضائية جاء الطلاق مرة واحدة فقط بنسبة (٢,٤٪) ، ولم يذكر شيء عن بقية الأفكار الفرعية في المعاملات والحدود ، أما قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي فقد جاء الطلاق بتكرار (٢) بنسبة (١,٤٪) ، وجاء ت الحدود بتكرار (٣) بنسبة (٢,١٪) ، ولم يذكر شيء عن بقية الأفكار الفرعية في المعاملات والحدود .

وتشير تلك النتائج على أن قناة الأردن الفضائية لم تهتم على الإطلاق بالأفكار الفرعية في المعاملات والحدود ، وذلك يرجع لقلة البرامج الدينية فيها والتي أدت بدورها إلى عدم التوازن ، أما قناة الشارقة الفضائية فقد أغفلت بعض الأفكار الخاصة بالمعاملات والحدود ، ولم يكن هناك توازن في العرض رغم كثافة برامجها الدينية ، وهذا يراه الباحث قصوراً من جانب القناة ، وما ينطبق على قناة الشارقة الفضائية ينطبق أيضاً على قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي ، فالبرامج الدينية فيها لا بأس بها ، ولكن أيضاً لم تراع التوازن في توزيع الأفكار الفرعية المثارة في المعاملات والحدود ، أما بخصوص قناة الشرق الأوسط ، فإن قلة البرامج الدينية فيها أدى إلى وجود عدم التوازن في عرض الأفكار الفرعية في المعاملات والحدود في برامجها الدينية .

(٤) الأفكار الفرعية للأخلاق والقيم والآداب .

جدول رقم (٦)

الرقم	الأخلاق والقيم والآداب	قناة الأردن الفضائية		قناة الشارقة الفضائية		قناة الشرق الأوسط الفضائية		قناة المنوعات الفضائية	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	الصدق	١	٪٣,٠	٨	٪٢,٧	–	٪٠٠٠	–	٪٠٠٠
٢	الأمانة	–	٪٠٠٠	٧	٪٢.٣	١	٪٢.٤		٪٠٠٠
٣	الإيثار	–	٪٠٠٠	٣	٪١,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠٠٠
٤	الإحسان	–	٪٠٠٠	٢	٪٠.٦	١	٪٢.٤	١	٪٠.٧
٥	الحياء	–	٪٠٠٠	–	٪٠٠٠	١	٪٢.٤	١	٪٠.٧
٦	الصبر	–	٪٠٠٠	٥	٪١,٧	–	٪٠٠٠	١	٪٠.٧
٧	العدل	–	٪٠٠٠	٦	٪٢,٠	١	٪٢.٤	–	٪٠٠٠
٨	الرحمة	–	٪٠٠٠	٥	٪١,٧	–	٪٠٠٠	–	٪٠٠٠
٩	الجود والكرم	–	٪٠٠٠	١	٪٠.٣	١	٪٢.٤	١	٪٠.٧
١٠	النصح	–	٪٠٠٠	١١	٪٣.٧	٤	٪٩.٧	–	٪٠٠٠
١١	الاستئذان	–	٪٠٠٠	٣	٪١,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠٠٠
١٢	حسن الخلق	–	٪٠٠٠	٨	٪٢,٧	٢	٪٤,٨	–	٪٠٠٠
١٣	بر الوالدين	–	٪٠,٠	٣	٪١,٠	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
١٤	حقوق الجار	–	٪٠,٠	٢	٪٠,٦	–	٪٠,٠	–	٪٠,٠
المجموع		١	٪٣,٠	٦٤	٪٢١,٨	١١	٪٢٦,٨	٤	٪٢.٩

يشـير الجدول السـابق إلى الأفكار الفـرعيـة في الأخـلاق والقـيم والآداب لموضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

فـجـاء الصـدق في قناة الأردن بتكرار (١) بنسـبـة (٠,٣٪) ، وجـاء في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٨) بنسبة (٢,٧٪) ، وجاء في قناة الشرق الأوسط بدون تكـرار ، وفي قناة المنوعـات بدون تكرار ، وجـاء ت الأمـانة في قناة الأردن بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٧) بنسبة (٢,٣٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بتكرار (١) بنسبة (٢,٤٪) ، وفي قناة المنوعات بدون تكرار ، وجاء الإيثار فقط في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٣) بنسبة (١,٠٪) ، ولم يذكر عنه شيء في بقـيـة قنوات الدراسـة ، وجـاء الإحـسـان في قنـاة الأردن بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة بتكرار (٢) بنسبة (٠,٦٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بتكرار (١) بنسبة (٢,٤٪) ، وجـاء في قناة المنوعات بتكرار (١) بنسبـة (٠,٧٪) ، أمـا الحيـاء فجـاء بدون تكرار في قناتي : الأردن والشارقة ، وفي قناة الشرق الأوسط جاء بتكرار (١) بنسبة (٢,٤٪) ، وفي قناة المنوعات جاء بتكرار (١) بنسبة (٧,٪) ، وجاء الصبر بدون تكرار في قناة الأردن ، وفي قناة الشارقـة جاء بتكرار (٥) بنسبـة (١,٧٪) ، وفي قناة الشـرق الأوسط جـاء بدون تكرار ، وفي قناة المنوعـات جـاء بتكرار (١) بنسـبـة (٠٧٪) ، وجـاء العدل بدون تكرار في قناة الأردن ، وفي قناة الشارقـة جـاء بتكرار (٦) بنسبة (٢٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط جاء بتكرار (١) بنسبـة (٢,٤٪) ، وفي قناة المنوعات بدون تكرار ، والرحمة جاءت فقط في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٥) بنسـبـة (١,٧٪) ، ولم يذكـر عنهـا شيء في قنوات الدراسـة الأخـرى ، والجود والكرم جـاء بدون تكرار في قناة الأردن ، وفي قناة الشارقة الفضـائية جاء بتكرار (١) بنسـبـة (٠,٣٪) ، وفي قناة الشـرق الأوسط جـاء بتكرار (١) بنسـبـة (٢,٤٪) ، وفي قناة المنوعات جاء بتكرار (١) بنسـبـة (٠,٧٪) والنصح جاء بدون تكرار في قناة الأردن ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (١١) بنسبة (٣,٧٪) ، وفي قناة الشـرق الأوسط بتكرار (٤) بنسـبـة (٩,٧٪) ، وفي قناة المنوعـات بدون تكرار ، أما الاستئذان فجـاء فقط في قناة الشـارقة الفضـائية بتكرار (٣) بنسبة (١,٠٪) ، ولم يذكـر عنه شيء ، وحـسـن الخلق جـاء بدون تكرار في قناة الأردن

الفضائية ، وفي قناة الشارقة جاء بتكرار (٨) بنسبة (٢,٧٪) ، وجاء في قناة الشرق الأوسط بتكرار (٢) بنسبة (٤,٨٪) ، وجاء في قناة المنوعات بدون تكرار ، وبر الوالدين جاء فقط في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٣) بنسبة (١,٠٪) ، وحقوق الجار جاء فقط في قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٢) ونسبة (٠,٦٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن قناة الأردن الفضائية ليس لها اهتمام بالأفكار الفرعية الخاصة بالأخلاق والقيم والآداب في برامجها الدينية ، وكانت ضئيلة جداً في قناة المنوعات بتلفزيون العرب ، في حين مثلت نسبة جيدة في قناة الشارقة الفضائية بلغت (٢١,٨٪) ، أما في قناة الشرق الأوسط فقد مثلت أعلى نسبة (٢٦,٨٪) ، وهذا يشير أيضاً إلى أن التوازن البرامجي في تناول الأفكار الفرعية الخاصة بالأخلاق والقيم والآداب في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية -عينة الدراسة- مفقود ؛ على الرغم من أن بعض القنوات مثل : قناتي الشارقة الفضائية ، والشرق الأوسط قد اهتمت بطرح الأفكار الفرعية الخاصة بالأخلاق والآداب وسجلت نسبة جيدة .

ونشير هنا إلى وجوب زيادة الاهتمام بالنواحي الأخلاقية والأدبية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، ذلك أن الفضائيات العربية وغيرها لديها برامج كثيرة خارجة .. عن النواحي الأخلاقية والأدبية التي يلتزم بها ديننا الحنيف ، والمفترض أن تلتزم هذه القنوات الفضائية بالآداب العامة ، وتحث في برامجها الدينية من ناحية أخرى على مكارم الأخلاق ، خاصة أن شبابنا المسلم مستهدف من قبل قنوات فضائية تحاول هدم النواحي الأخلاقية والأدبية وطرح أخلاقيات وافدة.. غربية مثل الاختلاط في البرامج الجماهيرية وغيرها وبث أغانٍ للشباب فيها هدم صريح للأخلاق والقيم ، ونحن حينما نركز على هذا الجانب فلأن الأخلاق الإسلامية إذا انسلخ منها شبابنا المسلم فإنها بذلك تكون طريقا إلى تفريغه من عقيدته ويسهل بذلك انحرافه .

(٥) الأفكار الفرعية الدعوية والإرشادية .

جدول رقم (٧)

م	دعوة وإرشاد	قناة الأردن الفضائية		قناة الشارقة الفضائية		قناة الشرق الأوسط الفضائية		قناة المنوعات الفضائية	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	الأمر بالمعروف	٢	٦,٠٪	١٨	٦,١٢٪	٥	١٢,١٪	٧	٥,٠٪
٢	النهي عن المنكر	٢	٦,٠٪	٢٣	٧,٨٢٪	٢	٤,٨٪	٥	٣,٦٪
	المجموع	٤	١٢,١٪	٤١	١٣,٩٪	٧	١٧,١٪	١٢	٨,٥٪

أشار الجدول السابق إلى الأفكار الفرعية الدعوية والإرشادية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، فجاء الأمر بالمعروف في قناة الأردن الفضائية بتكرار (٢) بنسبة (٦,٠٪) ، وفي قناة الشارقة الفضائية جاء بتكرار (١٨) بنسبة (٦,١٢٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط جاء بتكرار (٥) بنسبة (٢١,١٪) ، وفي قناة المنوعات في تلفزيون العرب جاء بتكرار (٧) بنسبة (٥,٠٪) ، أما النهي عن المنكر فقد جاء في قناة الأردن الفضائية بتكرار (٢) بنسبة (٦,٠٪) ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٢٣) بنسبة (٧,٨٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط جاء بتكرار (٢) بنسبة (٤,٨٪) ، وفي قناة المنوعات جاء بتكرار (٥) بنسبة (٣,٦٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن هناك توازناً نسبيًا في جدول الأفكار الفرعية الدعوية والإرشادية ، إذ إن نسب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في مجمل القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة – متقاربة والفوارق بين نسبها قليلة – عدا قناة الشرق الأوسط – مما يشير إلى قبول مثل هذا التوازن المنطقي في الأفكار الفرعية الدعوية والإرشادية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، وهذا التوازن النسبي أو التقريبي هو المطلوب ؛ وما نريد أن نركز عليه في وضع خطط البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

(٦) الأفكار الفرعية الفكرية

جدول رقم (٨)

م	الفكر	قناة الأردن الفضائية		قناة الشارقة الفضائية		قناة الشرق الأوسط لفضائية		قناة المنوعات الفضائية	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	السياسي	–	٠,٠٠٪	–	٠,٠٠٪	١	٢,٤٪	–	٠,٠٠٪
٢	الاقتصادي	–	٠,٠٠٪	١	٠,٣٪	–	–	–	٠,٠٠٪
	الاجتماعي	–	٠,٠٠٪	١٠	٣,٤٪	٧	١٧,٧٪	١٣	٩,٣٪
	المجموع	–	٠,٠٠٪	١١	٣,٧٪	٨	١٩,٥٪	١٣	٩,٣٪

يوضح الجدول السابق النواحي الفكرية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، فجاء الفكر السياسي فقط في قناة الشرق الأوسط بتكرار (١) بنسبة (٢,٤٪) ، أما بقية قنوات الدراسة فلم يذكر عنه شيء ، وبالنسبة للفكر الاقتصادي فقد جاء في قناة الشارقة الفضائية فقط بتكرار (١) بنسبة (٠,٣٪) ولم يذكر شيء عن النواحي الاقتصادية في بقية القنوات – عينة الدراسة ، والفكر الاجتماعي جاء في قناة الأردن الفضائية بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة الفضائية جاء بتكرار (١١) بنسبة (٣,٧٪) ، وجاء في قناة الشرق الأوسط بتكرار (٨) بنسبة (١٩,٥٪) ، وجاء في قناة المنوعات بتكرار (١٣) بنسبة (٩,٣٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق قلة الفكر السياسي والاقتصادي في قناتي: الشارقة والشرق الأوسط ، وانعدامه في قناتي الأردن والمنوعات الفضائيتين ، أما الفكر الاجتماعي فجاء ت نسبته مقبولة في قنوات الشارقة ، والشرق الأوسط ، والمنوعات ، أما قناة الأردن الفضائية فإن الأفكار الفرعية للقضايا الفكرية فيها غير موجودة إطلاقًا . وهذا يشير إلى أن الجوانب الفكرية في القنوات – عينة الدراسة – جاء ت بنسب متفاوتة جداً ولم يراعَ فيها التوازن .

(٧) الأفكار الفرعية العلمية والثقافية .

جدول رقم (٩)

الرقم	العلمية والثقافية	قناة الأردن الفضائية		قناة الشارقة الفضائية		قناة الشرق الأوسط الفضائية		قناة المنوعات الفضائية	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	فنون الحضارة الإسلامية	–	٪٠,٠	٥	٪١,٧	–	٪٠,٠	١	٪٠,٧
٢	الآثار والأماكن الإسلامية	–	٪٠,٠	٢١	٪٧,١	٢	٪٤,٨	١	٪٠,٧
٣	تراث إسلامي (عادات – تقاليد)	–	٪٠,٠	٥	٪١,٧	–	٪٠,٠	١٥	٪١٠,٧
٤	علوم نظرية إسلامية	٢٧	٪٨١,٨	٦٦	٪٢٢,٤	–	٪٠,٠	٢٦	٪١٨,٦
٥	علوم تطبيقية ذات طابع إسلامي	–	٪٠,٠	١٨	٪٦,١	–	٪٠,٠	١٢	٪٨,٥
	المجموع	٢٧	٪٨١,٨	١١٥	٪٣٩,١	٢	٪٤,٨	٥٥	٪٣٩,٢

يشير الجدول السابق إلى الأفكار العلمية والثقافية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، فجاءت فنون الحضارة الإسلامية في قناة الأردن بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٥) بنسبة (١,٧٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات جاءت بتكرار (١) بنسبة (٠,٧٪) ، وجاءت الآثار والأماكن الإسلامية في قناة الأردن بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٢١) بنسبة (٧,١٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بتكرار (٢) بنسبة (٤,٨٪) ، وفي قناة المنوعات بتكرار (١) بنسبة (٠,٧٪) ، وجاء التراث الإسلامي في قناة الأردن بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة بتكرار (٥) بنسبة (١,٧٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات بتكرار (١٥) بنسبة (١٠,٧٪) ، أما العلوم النظرية الإسلامية فقد جاءت في قناة الأردن بتكرار (٢٧) بنسبة (٨١,٨٪) ، وفي قناة الشارقة بتكرار (٦٦) بنسبة (٢٢,٤٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات بتكرار (٢٦) بنسبة (١٨,٦٪) ، والعلوم التطبيقية ذات الطابع الإسلامي جاء ت في قناة الأردن الفضائية بدون تكرار ، وفي قناة الشارقة بتكرار (١٨) بنسبة (٦,١٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات بتكرار (١٢) بنسبة (٨,٥٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن فنون الحضارة الإسلامية سجلت أعلى نسبة في قناة الشارقة الفضائية ، أما الآثار والأماكن الإسلامية فقد جاءت أعلى نسبة أيضًا في قناة الشارقة الفضائية ، أما التراث الإسلامي فقد جاء ت أعلى نسبة في قناة المنوعات ، والعلوم النظرية الإسلامية جاء ت بأعلى نسبة في قناة الأردن ، والعلوم التطبيقية ذات الطابع الإسلامي جاء ت أعلى نسبة في قناة المنوعات ، وهذا يشير إلى تفاوت في نسب الأفكار العلمية والثقافية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ؛ مما يدل على عدم التوازن في تناول تلك الأفكار ، كما أن جوانب منها قد حازت على نسبة عالية مقارنة بالأفكار الأخرى .

المطلب الرابع : مصادر الاستشهاد المستخدمة في البرامج الدينية
في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة .

جدول رقم (١٠)

الرقم	مصادر الاستشهاد	قناة الأردن	قناة الشارقة	قناة الشرق الأوسط	قناة المنوعات بتلفزيون العرب	المتوسط الحسابي	المجموع	النسبة	الترتيب
		التكرار	التكرار	التكرار	التكرار				
١	القرآن الكريم	٢٤	١٣٣	١٢	٣٤	٥٠,٧	٢٠٣	٣٩,٧٪	الاول
٢	السنة النبوية	٣	٥٠	١٧	٣٠	٢٥	١٠٠	١٩,٥٪	الثاني
٣	شواهد من التاريخ	–	٦٢	٣	٢٧	٢٣	٩٢	١٨٪	الثالث
٤	شواهد من الواقع	٤	٢٩	٦	٣٩	١٩,٥	٧٨	١٥,٢٪	الرابع
٥	أقوال العلماء والفقهاء	١	١٩	٢	٦	٧	٢٨	٥,٤٪	الخامس
٦	الرأي الشخصي	٢	٥	–	٣	٢,٥	١٠	١,٩٪	السادس
	المجموع						٥١١	١٠٠٪	

يشير الجدول السابق إلى مصادر الاستشهاد المستخدمة في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة – فقد جاء القرآن الكريم بتكرار (٢٤) في قناة الأردن الفضائية ، وتكرار (١٣٣) في قناة الشارقة الفضائية ، وجاء في قناة الشرق الأوسط بتكرار (١٢) ، وفي قناة المنوعات بتلفزيون العرب جاء بتكرار (٣٤) واحتل المرتبة الأولى بالنسبة لمصادر الاستشهاد المستخدمة في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة – بمتوسط حسابي بلغ (٧, ٥٠) وبنسبة (٧, ٣٩٪) من إجمالي مصادر الاستشهاد المستخدمة ، وجاء ت السنة النبوية في قناة الأردن الفضائية بتكرا (٣) ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٥٠) ، وبتكرار (١٧) في قناة الشرق الأوسط ، أما قناة المنوعات بتلفزيون العرب فقد جاءت بتكرار (٣٠) واحتلت السنة النبوية المطهرة المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (٢٥) وبنسبة (٢٥٪) من إجمالي الاستشهاد المستخدمة في عينة الدراسة ، وجاء الاعتماد على شواهد من التاريخ باعتباره مصدراً استشهادياً في البرامج الدينية – عينة الدراسة – في المرتبة الثالثة ، حيث لم يكرر في قناة الأردن الفضائية العربية ، وجاء بتكرار (٦٢) في قناة الشارقة الفضائية العربية ، كما جاء بتكرار (٣) في قناة الشرق الأوسط وبلغ المتوسط الحسابي له (٢٣) ، بنسبة (١٨٪) ، أما شواهد من الواقع فقد جاء في قناة الأردن الفضائية بتكرار (٤) ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (١٩) ، وفي قناة الشرق الأوسط بتكرار (٦) ، وفي قناة المنوعات بتلفزيون العرب بتكرار (٣٩) ، وبلغ المتوسط الحسابي لهذا المصدر (٥, ١٩) واحتل المرتبة الرابعة بنسبة (٢, ١٥٪) ، وجاء ت أقوال العلماء في المرتبة الخامسة حيث جاءت في قناة الأردن مرة واحدة ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (١٩) ، وفي قناة الشرق الأوسط بتكرار (٢) ، وفي قناة المنوعات بتلفزيون العرب بتكرار (٦) ، وبلغ المتوسط الحسابي لها (٧) بنسبة (٤, ٥٪) ، أما الرأي الشخصي فقد جاء في قناة الأردن الفضائية بتكرار (٢) مرتين ، وفي قناة

الشـارقـة الفـضـائيـة بتكرار (٥) ، وفي قناة الشـرق الأوسط بدون تكرار ، وفي قناة المنوعات بتلفـزيون العـرب بتكرار (٣) ، وبلغ المتـوسط الحـسـابي له (٢,٥) بنسـبـة (١,٩٪) .

ويلاحظ من الجـدول السـابق الخـاص بمصـادر الاسـتـشـهـاد المسـتـخـدمـة في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية أن ترتيب تلك المصادر جاء منطقياً إلى حد ما ؛ عدا تأخر مـصـدر الاسـتـشـهـاد الخـاص بأقـوال العلمـاء والفـقـهـاء إلى المرتبـة الخامسـة ، فالترتيب المفترض أن يكون الاسـتـشـهـاد أولاً بـالقـرآن الكريم ، ثم بـالسـنة النبوية المطهرة ، ثـم بأقوال العلماء والفقهاء ، ثم بشـواهد من التـاريخ ، ثم بشـواهـد من الواقع ، ثم بالرأي الشخصي .

ولكن يمكن القول : إن التـرتيبـات التي جاء ت في الجـدول السـابق لمصـادر الاستشهاد المستخدمة في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية مقبولة جداً ، ولا تحتاج إلى ملاحظات كثيرة ؛ فطبيعة البرامج الدينية يناسبها استخدام مثل هذه الاستشهادات بالترتيب المنطقي لها .

المطلب الخامس : أهداف موضوعات البرامج الدينية
في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة :

جدول رقم (١١)

الهـــدف	قناة الأردن الفضائية		قناة الشارقة الفضائية		قناة الشرق الأوسط الفضائية		قناة المنوعات الفضائية	
	التكـرار	النسبة المئوية	التكـرار	النسبة المئوية	التكـرار	النسبة المئوية	التكـرار	النسبة المئوية
تربوي	٢	٪٦.١	١٧	٪٥.٨	٢	٪٤.٩	–	٪٠.٠
تعليم وتثقيف	١٨	٪٥٤.٥	١٤٦	٪٤٩.٦	٢٤	٪٥٨.٢	٨١	٪٥٧.٨
دعوة وإرشاد ووعظ	١٣	٪٣٩.٣	١٣١	٪٤٤.٦	١٥	٪٣٦.٦	٥٩	٪٤٢.١
المجموع	٣٣	٪١٠٠	٢٩٤	٪١٠٠	٤١	٪١٠٠	١٤٠	٪١٠٠

أشار الجدول السابق إلى أهداف موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، فجاءت الأهداف التربوية في قناة الأردن الفضائية بتكرار (٢) بنسبة (٦,١٪) ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (١٧) بنسبة (٥,٨٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بتكرار (٢) بنسبة (٤,٩٪) ، وفي قناة المنوعات بدون تكرار ، وجاء ت أهداف التعليم والتثقيف في قناة الأردن بتكرار (١٨) بنسبة (٥٤,٥٪) ، وفي قناة الشارقة بتكرار (١٤٦) بنسبة (٤٩,٦٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بتكرار (٢٤) بنسبة (٥٨,٢٪) ، وفي قناة المنوعات بتكرار (٨١) بنسبة (٥٧,٨٪) ، أما الأهداف الدعوية والإرشادية والوعظ فقد جاءت في قناة الأردن بتكرار (١٣) بنسبة (٣٩,٣٪) ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (١٣١) بنسبة (٤٤,٦٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بتكرار (١٥) بنسبة (٣٦,٦٪) ، وفي قناة المنوعات بتكرار (٥٩) بنسبة (٤٢,١٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن الأهداف التربوية جاء ت بأعلى نسبة في قناة الشارقة الفضائية ، وأهداف التعليم والتثقيف جاءت أعلى نسبة في قناة الأردن الفضائية وتساوت تقريباً في القنوات الأخرى ، والأهداف الدعوية والإرشادية جاء ت أعلى نسبة في قناة الشارقة الفضائية ، وهذا يشير في مجمله إلى نوع من التوازن المعقول وليس المطلوب ؛ إذ ينبغي أن يكون هناك توازن مدروس في أهداف البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

المطلب السادس : اتجاهات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية –عينة الدراسة :

جدول رقم (١٢)

م	الاتجاه	قناة الأردن الفضائية		قناة الشارقة الفضائية		قناة الشرق الأوسط الفضائية		قناة المنوعات الفضائية	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	سلبي	١	٣,٠٪	–	٠,٠٪	–	–	٣	٢,١٪
٢	إيجابي	٣٢	٩٧٪	٢٩٤	١٠٠٪	٤١	١٠٠٪	١٣٧	٩٧,٨٪
	المجموع	٣٣	١٠٠٪	٢٩٤	١٠٠٪	٤١	١٠٠٪	١٤٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى اتجاهات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، فجاء ت الاتجاهات السلبية في قناة الأردن بتكرار مرة واحدة بنسبة (٣,٠٪) ، وجاءت في قناة الشارقة الفضائية بدون تكرار ، وجاء ت في قناة الشرق الأوسط بدون تكرار أيضًا وجاءت في قناة المنوعات بتلفزيون العرب بتكرار (٣) بنسبة (٢,١٪) .

جاء الاتجاه الإيجابي في قناة الأردن الفضائية بتكرار (٣٢) بنسبة (٩٧٪) ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٣٢) بنسبة (٩٧٪) ، وفي قناة الشارقة الفضائية بتكرار (٢٩٤) بنسبة (١٠٠٪) ، وفي قناة الشرق الأوسط بتكرار (٤١) بنسبة (١٠٠٪) ، وفي قناة المنوعات بتكرار (١٣٧) بنسبة (٩٧,٨٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن قناتي : الشارقة والشرق الأوسط جاء ت جميع برامجهما إيجابية الاتجاه ؛ وهو المعيار الموضوع في الدراسة الذي ينص على « التزام المادة بهدي الكتاب والسنة وفهم السلف الصالح فما وافقه فهو إيجابي ، وما بعد عنه فهو سلبي »[(١)] .

أما البرامج سلبية الاتجاه في قناتي : الأردن والمنوعات فهي ناتجة عن خروج تلك البرامج عن المعيار الموضوع للاتجاهات في الدراسة ، وذلك باستشارة شرعيين فيها؛ وهي ضئيلة جداً تمثلت في برامج مايسمى بالابتهالات الدينية ؛ وهي أنوا ع من الدعاء يصاحبه موسيقى أو غناء بالدفوف ؛ وهذا عند رأي الفقهاء من أهل السنة والجماعة ليس له أصل في الدين بهذه الكيفية ، والله أعلم .

---

(١) استعان الباحث بمتخصصين في القضايا التي لم يعرف تحديد اتجاهها .

المبحث الثاني

أشكال البرامج الدينية
في القنوات الفضائية العربي- عينة الدراسة :

المطلـب الأول : أشكال البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية

المطلب الثاني : أشكال البرامج الدينية في قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي .

المطلب الثالث : أشكال البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط الفضائية .

المطلب الرابع : أشكال البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية .

الشكل أو القالب الفني للبرامج :

الشكل أو القالب الفني للبرامج :

إن الإنتـــاج التلفــزيوني والإذاعي - كــإنتــاج فني - عـبـارة عن شكل ومـضـمـون ، والشكل هو عبـارة عن القـالب أو الإطار الذي يحـتـوي المضـمـون أو الرسالة الإعلامية (١) .

إن هذه الأشكال أخـذت تتطور شـيـئـاً فـشـيـئـاً مع تطور الفن الإذاعي والتلفزيوني ، وأصبحت تخدم المضامين المختلفة من الرسائل الإذاعية والتلفزيونية ، وتنوع هذه الأشكال يهدف إلى جذب المستمع والمشاهد للبرامج ويقدم له أساليب إقناعية فنية مختلفة للمضمون الواحد ، فالمضمون الديني مثلاً ممكن أن يقدم في شكل حديث مباشر أو مقابلة ، أو ندوة ، أو غيرها من الأشكال الأخرى .

وتأسيساً على ماتقدم فإن الشكل يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمضمون ، ذلك أن نجاح « الرسالة » يعني تحقيق التكامل بين الشكل والمضمون من جهة ، ومن جهة أخرى استغلال الإمكانات الفنية للوسيلة لخدمة أغراض المضمون ، ويخضع اختيار الأشكال الفنيـة للبـرامج لعدة اعـتـبـارات منها : دراســة فكـرة البرنــامـج ، وتحـديد أهـدافـه ، ومـعـرفـة طبـيـعـة جـمـهوره ، والوقت المناسب لإذاعـتـه ، والمدة المستغرقة له (٢) ، ولا يتم اختيار شكل البرنامج عشوائياً بل يراعى فيه المعايير الفنية المذكورة آنفاً ، فالمضمون وكل مايتعلق به هو الذي يحدد شكل البرنامج الذي يصاغ فيه المضمون ، وكثير من المضامين تأخذ أكثر من شكل أو قالب فني : وهذا يرجع إلى الفنيين وخـاصـة المخرج وإلى خـبـراتهم وذوقـهم العـام الذي يمكنـهم من اختـيـار الشكل المناسب لمضـمـون البرنامج الديني ، وسـوف نتناول في الصـفـحـات الآتية أشكال البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

---

(١) يوسف مرزوق ، **حرفية الفن الإذاعي** (القاهرة : مكتبة الأنجلو ، سنة ١٩٨٦م) ، ص ٨١ .

(٢) سهير الجاد ، عبد العزيز شرف ، **البرامج التلفزيونية والإعلام** ، مرجع سابق ، ص ١٠١ .

المطلب الأول : أشكال البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية العربية

جدول رقم (١٣)

الرقم	الشكل	المواد المصاحبة للبرامج: فيلم تمثيلي	فيلم درامي	فيلم تسجيلي	فيلم علمي	لقطات حية	كاريكاتير	صورة	خرائط	أوقات إذاعة البرنامج: صباحاً ٥ – ١٢	ظهراً ١٢ – ٤	عصرا ٤ – ٨	مساء ٨ – ٢	آخر الليل ٢ – ٥	تكرارات اللغة المستخدمة في البرنامج: فصحى التراث	فصحى ميسرة	مختلطة	غالبة	المساحة الزمنية	عدد الحلقات	النسبة المئوية
١	حديث	–	–	٧	١٩	–	–	٧١	–	٣٦	٣٠	–	–	٨٤	١٥٠	–	–	–	٢٠٢٨	١٥٠	٪٥١
٢	حديث بجمهور مستمع	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	٪٠,٠٠
٣	حديث بجمهور مشارك	–	–	–	–	–	–	–	–	–	٦	–	–	–	–	٦	–	–	١٣٢	٦	٪٢,٠
٤	ندوة	–	–	–	–	–	–	–	–	٣٧	–	–	١٦	–	–	٥٣	–	–	٢٢٣١	٥٣	٪١٨
٥	ندوة بجمهور مستمع	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	٪٠,٠٠
٦	ندوة بجمهور مشارك	–	–	–	–	–	–	–	–	٨	–	–	–	–	–	٨	–	–	١٧٦	٨	٪٢,٧
٧	مقابلة	–	–	–	–	٤	–	–	–	–	١٤	–	–	–	١٤	–	–	–	٤٨٨	١٤	٪٤,٨
٨	مقابلة بحوار	–	–	–	–	–	–	–	–	١	–	–	–	–	–	١	–	–	٢٢	١	٪٠,٣
٩	مجلة	٢	–	–	–	–	–	–	–	٢	–	–	–	–	–	٢	–	–	٤٤	٢	٪٠,٧
١٠	مسابقة	–	–	–	–	–	–	–	–	١	–	–	–	–	–	١	–	–	٢٢	١	٪٠,٣
١١	برنامج وثائقي	–	–	٢٠	–	–	–	–	–	٢٠	–	–	–	–	–	١٦	٤	–	٤٤٠	٢٠	٪٦,٨
١٢	مسلسل	–	–	–	–	–	–	–	–	٢٥	–	–	–	–	–	١٢	١٣	–	٩٩٨	٢٥	٪٨,٥
١٣	مواقف درامية	٢	–	–	–	–	–	–	–	٢	–	–	–	–	–	٢	–	–	٤٤	٢	٪٠,٧
١٤	تمثيلية	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	٨	–	–	–	–	–	٨	٥٣٤	٨	٪٢,٧
١٥	فيلم	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	٪٠,٠٠
١٦	قاص وقصة	٤	–	–	–	–	–	–	–	١	٣	–	–	–	–	٤	–	–	٨٨	٤	٪١,٣
	المجموع	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	٧٢٤٧	٢٩٤	٪١٠٠

يشير الجدول السابق إلى أشكال البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية العربية ، فقد جاء الحديث بتكرار (١٥٠) بنسبة (٥١٪) واستغرق من الزمن (٢٠٢٨د.) وقد صاحب الحديث مواد إعلامية ، جاء الفيلم التسجيلي فيها بتكرار (٧) ، والفيلم العلمي بتكرار (١٩) ، والصورة بتكرار (٧١) ، أما توقيت إذاعة الحديث فقد جاء في الفترة من (٥-١٢) صباحاً بتكرار (٣٦) ، وفي الفترة من (١٢-٤) ظهراً بتكرار (٣٠) ، وفي الفترة من (٢-٥) صباحاً بتكرار (٨٤) ، واللغة المستخدمة في الحديث كانت فصحى التراث فقد جاءت بتكرار (١٥٠) ، وجاء الحديث بجمهور مستمع ومشارك بتكرار (٦) وبنسبة (٢٪) ، وتوقيت إذاعته جاء في الفترة من (١٢-٤) ظهراً ، واللغة المستخدمة فيه كانت الفصحى الميسرة ، واستغرق من الزمن (١٣٢د.) ، وجاءت الندوة بتكرار (٥٣) بنسبة (١٨٪) ، وتباينت فترة إذاعة الندوات فقد جاءت في الفترة من (٥-١٢) صباحاً بتكرار (٣٧) ، وفي الفترة من (٨-٢) مساءً بتكرار (١٦) ، واستغرقت الندوات من الزمن (٢٢٣١د.) ، أما فيما يتعلق بالندوة مع جمهور مستمع ومشارك فقد جاءت بتكرار (٨) بنسبة (٢,٧٪) ، وكان وقت إذاعتها في الفترة من (٥-١٢) صباحاً ، واللغة المستخدمة فيها هي فصحى التراث ، وقد استغرقت من الزمن (١٧٦د.) ، وجاءت المقابلة بتكرار (١٤) بنسبة (٤,٨٪) ، والمواد المصاحبة لها هي اللقطات الحية بتكرار (٤) ، وكانت في الفترة الزمنية من (١٢-٤) ظهراً ، واللغة المستخدمة في المقابلات فصحى التراث ، واستغرقت من الزمن (٤٨٨د.) ، والمقابلة بحوار مفتوح جاءت مرة واحدة بنسبة (٠,٣٪) في الفترة الزمنية (٥-١٢) صباحاً ، واللغة المستخدمة فيها الفصحى الميسرة ، واستغرقت من الزمن (٢٢د٠) ، وجاءت المجلة بتكرار (٢) بنسبة (٠,٧٪) وصاحبها من المواد المشهد التمثيلي بتكرار (٢) ، وكان وقت إذاعتها في الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً ، واللغة المستخدمة فيها الفصحى الميسرة ، واستغرقت من الزمن (٤٤د.) ، وجاءت المسابقة مرة واحدة فقط بنسبة (٠,٣٪) ، في الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً وكانت اللغة المستخدمة فيها الفصحى الميسرة واستغرقت من الزمن

(٢٢د.) ، وجاءت البرامج الوثائقية بتكرار (٢٠) بنسبة (٦,٨٪) ، وصاحبها من المواد الفيلم التسجيلي بتكرار (٢٠) ، وكان وقت إذاعتها في الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً ، واللغة المستخدمة فيها الفصحى الميسرة بتكرار (١٦) والمختلطة بتكرار (٤) ، واستغرقت من الزمن (٤٤٠د) ، كما جاءت المسلسلات بتكرار (٢٥) بنسبة (٨,٥٪) ، وكانت في الفترة الزمنية (٥-١٢) صباحاً ، واللغة المستخدمة في المسلسلات كانت الفصحى الميسرة بتكرار (١٢) والمختلطة بتكرار (١٣) ، واستغرقت من الزمن (٩٩٨د.) ، أما المواقف الدرامية فقد جاءت بتكرار (٢) ، بنسبة (٠,٧٪) وصاحبها من المواد المشهد التمثيلي بتكرار (٢) ، وكان في الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً ، واللغة المستخدمة فيها الفصحى الميسرة ، وقد استغرقت من الزمن (٤٤د.) ، وجاءت التمثيليات بتكرار (٨) بنسبة (٢,٧٪) ، واللغة المستخدمة فيها هي الغالبة ، واستغرقت من الزمن (٥٣٤د.) ، أما الشكل قاص وقصة فقد جاء بتكرار (٤) بنسبة (١,٣٪) وصاحب هذا الشكل من المواد المشهد التمثيلي بتكرار (٤) ، وكان وقت إذاعته في الفترة من (٥-١٢) صباحاً مرة واحدة وفي الفترة من (١٢-٤) ظهراً بتكرار (٣) ، واللغة المستخدمة فيه الفصحى الميسرة ، واستغرق من الزمن (٨٨د.) ، وفيما يتعلق بالحديث إلى جمهور مستمع ، والندوة بجمهور مستمع ، والفيلم فلم يذكر عنها شيء . ويلاحظ على الجدول السابق أن عدد حلقات البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية بلغ (٢٩٤) برنامجاً استغرقت تلك البرامج من الزمن (٧٢٤٧د.) ، كما أن بعض الأشكال البرامجية لم يذكر عنها شيء مثل : (الحديث إلى جمهور مستمع ، والندوة بجمهور مستمع ، والفيلم) ، كما يلاحظ على أشكال البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية أن المواد المصاحبة لها ضئيلة جداً ؛ وهذا يشير إلى قصور في النواحي الإخراجية والإبداعية للبرامج الدينية ، والمفترض أن يراعى ذلك الإبداع وإضافة مواد مصاحبة منضبطة بتعاليم الشرع لجذب أكبر عدد من المشاهدين لها ، والتخلي عن وضع البرامج الدينية التقليدية ، وإضافة فنون إخراجية ومواد مصاحبة إضافية لها ، وفي مجمل القول

يمكن اعتبار قناة الشارقة الفضائية هي أكثر القنوات التي تهتم بالبرامج الدينية وساعات بثها مقبولة جداً ، إلا أنه يلاحظ عليها أن أغلب فترات إذاعتها للبرامج الدينية هي في الفترة الصباحية ؛ وهذه الفترات ليست من فترات ذروة المشاهدة لدى الجمهور السعودي والعربي، فيجب أن تحتل البرامج الدينية حيزاً في فترات ذروة المشاهدة وخاصة في المساء ، وعلى الرغم من هذا القصور في وضع البرامج الدينية والملاحظات الفنية عليها ؛ إلا أنها تُعدُّ من أحسن القنوات التي تبث عبر برامجها الدينية المتخصصة كماً وكيفاً .

المطلب الثاني : أشكال البرامج الدينية في قناة المنوعات بتلفزيون العرب

جدول رقم (١٤)

الرقم	الشكل	المواد المصاحبة للبرامج: فيلم تخيلي	فيلم درامي	فيلم تسجيلي	فيلم علمي	لقطات حية	كاريكاتير	صور	خرائط	أوقات إذاعة البرنامج: صباحاً ٥–١٢	ظهراً ١٢–٤	عصراً ٤–٨	مساءً ٨–٢	آخر الليل ٢–٥	تكرارات اللغة المستخدمة في البرنامج: فصحى التراث	فصحى ميسرة	مختلطة	عامية	المساحة الزمنية	عدد الحلقات	النسبة المئوية
١	حديث	-	-	٣٧	١٢	-	-	-	-	٦٧	٣	-	-	١	٧١	-	-	-	٧١٠	٧١	٪٥٠,٧
٢	حديث بجمهور مستمع	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٪٠,٠
٣	حديث بجمهور مشارك	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٪٠,٠
٤	ندوة	-	-	-	-	-	-	-	-	٦	-	-	-	-	٦	-	-	-	٣١٢	٦	٪٤,٣
٥	ندوة بجمهور مستمع	-	-	-	-	-	-	-	-	١	-	-	-	-	-	١	-	-	٥٢	١	٪٠,٧
٦	ندوة بجمهور مشارك	-	-	-	-	-	-	-	-	٣	-	-	-	-	-	٣	-	-	١٥٦	٣	٪٢,١
٧	مقابلة	-	-	-	-	-	-	١٣	-	٢٣	-	-	-	-	٢٣	-	-	-	٥٢٧	٢٣	٪١٦,٤
٨	مقابلة بحوار	-	-	-	-	-	-	١	-	١	-	-	-	-	-	١	-	-	٢٢	١	٪٠,٧
٩	مجلة	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٪٠,٠
١٠	مسابقة	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٪٠,٠
١١	برنامج وثائقي	-	-	-	-	-	١	-	-	١	-	-	-	-	-	١	-	-	٥٢	١	٪٠,٧
١٢	مسلسل	-	-	-	-	-	-	-	-	٢٧	-	-	-	-	-	٥	٨	١٤	٩٩٨	٢٧	٪١٩,٢
١٣	مواقف درامية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٪٠,٠
١٤	تمثيلية	-	٢	-	-	-	-	-	-	٧	-	-	-	-	-	-	-	٧	٢٥٩	٧	٪٥,٠
١٥	فيلم	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٪٠,٠
١٦	قاص وقصة	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٤	-	-	-	-	٪٠,٠
	المجموع	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٣٠٨٨	١٤٠	٪١٠٠

يشير الجدول السابق إلى أشكال البرامج الدينية في قناة المنوعات بتلفزيون العرب ، فقد جاء الحديث بتكرار (٧١) وبنسبة (٥٠/٧٪) ، واستغرق من الزمن (٧١٠د.) ، وكانت اللغة المستخدمة فيه هي فصحى التراث بتكرار (٧١) ، وجاء توقيت إذاعته في الفترة من (٢-٥) صباحاً مرة واحدة ، وفي الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً بتكرار (٦٧) ، وفي الفترة الزمنية من (١٢-٤) ظهراً بتكرار (٣) ، أما المواد المصاحبة له فكان الفيلم التسجيلي بتكرار (٣٧) ، والفيلم العلمي بتكرار ((١٢) ، وجاءت الندوة بتكرار (٦) بنسبة (٤,٣٪) ، واستغرقت من الزمن (٣١٢د.) ، واللغة المستخدمة فيها فصحى التراث بتكرار (٦) ، وكان توقيت إذاعتها في الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً بتكرار (٦) ، ولم يستخدم فيها مواد مصاحبة مطلقاً ، وجاءت الندوة بجمهور مستمع مرة واحدة بنسبة (٠,٧٪) ، واستغرقت من الزمن (٥٢د.) ، واللغة المستخدمة فيها الفصحى الميسرة ، وكان توقيت إذاعتها في الفترة الزمنية (٥-١٢) صباحاً وليس بها مواد مصاحبة ، وجاءت الندوة بجمهور مستمع ومشارك بتكرار (٣) بنسبة (٢,١٪) ، واستغرقت من الزمن (١٥٦د.) ، واللغة المستخدمة فيها الفصحى الميسرة بتكرار (٣) ، وكان وقت إذاعتها في الفترة الزمنية (٥-١٢) صباحاً بتكرار (٣) ، وليس بها مواد مصاحبة ، وجاءت المقابلة بتكرار (٢٣) بنسبة (١٦,٤٪) ، واستغرقت من الزمن (٥٢٧د.) واللغة المستخدمة فيها فصحى التراث بتكرار (٢٣) ، وكان وقت إذاعتها في الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً ، ومن المواد المصاحبة لها الصورة وقد جاءت بتكرار (١٣) ، وجاءت المقابلة بحوار مفتوح مرة واحدة بنسبة (٠,٧٪) في الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً ، وصاحبها من المواد الصورة مرة واحدة ، وكانت اللغة المستخدمة فيها الفصحى الميسرة ، واستغرقت من الزمن (٢٢د٠) ، كما جاء البرنامج الوثائقي مرة واحدة بنسبة (٠,٧٪) ، واستغرق من الزمن (٥٢د.) وصاحبه من المواد الكاريكاتير مرة واحدة ، وكان في الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً ، واللغة المستخدمة فيه الفصحى الميسرة ، وجاءت المسلسلات بتكرار (٢٧) ، بنسبة (١٩,٢٪) ، واستغرقت من الزمن (٩٩٨د.) ، في الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً ، ولم يصحبها شيء من المواد

المصاحبة ، واللغة المستخدمة فيها فصحى التراث بتكرار (٥) ، والفصحى الميسرة بتكرار (٨) ، والغالبة بتكرار (١٤) ، وجاءت التمثيليات بتكرار (٧) بنسبة (٥٪) ، واستغرقت من الزمن (٢٥٩د .) ، وكان وقت اذاعتها في الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً ، واستخدمت من المواد المصاحبة الفيلم الدرامي بتكرار (٢) ، واللغة المستخدمة فيها الغالبة بتكرار (٧) ، أما بقية الأشكال البرامجية فلم يذكر عنها شيء وهي : (الحديث بجمهور مستمع – الحديث بجمهور مستمع ومشارك – المجلة – المسابقة – المواقف الدرامية – الفيلم – قاص وقصة) .

ويلاحظ على الجدول أن البرامج الدينية في قناة المنوعات بتلفزيون العرب بلغت (١٤٠) برنامجاً ، واستغرقت من الزمن (٣٠٨٨د.) ، وعلى الرغم من أن نسبة البرامج الدينية فيها لا بأس بها إلا أنه يلاحظ عليها أنها تذاع في فترات الصباح الأولى ، وهذه الفترة لا تعد فترة ذروة مشاهدة بالنسبة للجمهور السعودي والعربي ، فكان لابد أن تتخلل البرامج الدينية كل ساعات البث ، فتبث في الصباح والظهيرة وبعد العصر وفي المساء ، ولا تهمش في فترة زمنية معينة ، كما أن هناك إشارة لاستخدام قناة المنوعات في أغلب الأشكال والقوالب الفنية في البرامج الدينية ، ولم تتوقف على استخدام شكل معين ، ولكن المفترض أن تستخدم كافة الأشكال والقوالب الفنية ، فليس هناك مايعوق ذلك ، فالإمكانات الفنية بها جيدة جداً ، ولها استديوهات خاصة وفي أكثر من بلد عربي وأجنبي تستطيع من خلالها إنتاج كافة أشكال البرامج الدينية ، كما يلاحظ أيضاً أن الجوانب الفنية في البرامج الدينية ضعيفة ، فلم تستخدم مواد مصاحبة معها بالشكل المطلوب الذي يعطي جذباً إضافياً للبرامج الدينية ، فقناة المنوعات بتلفزيون العرب والتي تعد ضمن شبكة تلفزيونية ضخمة بها العديد من القنوات ، وتمتلك إمكانات فنية وبشرية هائلة ينتظر منها دور أكبر وأفضل في إنتاج البرامج الدينية ، وإضافة ساعات أخرى من هذه البرامج على خريطة بثها اليومي .

المطلب الثالث :-

أشكال البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط

جدول رقم (١٥)

الرقم	الشكل	المواد المصاحبة للبرامج								وقت إذاعة البرنامج					اللغة المستخدمة في البرنامج				المساحة الزمنية	عدد الحلقات	النسبة المئوية
		فيلم تمثيلي	فيلم درامي	فيلم تسجيلي	فيلم علمي	لقطات حيه	كاريكاتير	صورة	خرائط	صباحاً ٥ – ١٢	ظهراً ١٢ – ٤	عصراً ٤ – ٨	مساءً ٨ – ٢	آخر الليل ٢ – ٥	فصحى التراث	فصحى ميسرة	مختلطة	عامية			
١	حديث	–	–	–	–	–	–	–	–	٢٧	٤	–	–	–	٤٠	١	–	–	١١٤٨	٤١	١٠٠٪
٢	حديث بجمهور مستمع	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
٣	حديث بجمهور مشارك	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
٤	ندوة	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
٥	ندوة بجمهور مستمع	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
٦	ندوة بجمهور مشارك	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
٧	مقابلة	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
٨	مقابلة بحوار	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
٩	مجلة	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١٠	مسابقة	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١١	برنامج وثائقي	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١٢	مسلسل	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١٣	مواقف درامية	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١٤	تمثيلية	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١٥	فيلم	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١٦	قاص وقصة	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	المجموع	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	١١٤٨	٤١	١٠٠٪

يشير الجدول السابق لأشكال البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط الفضائية العربية إلى وجود شكل واحد فقط من أشكال البرامج وهو الحديث حيث جاء بتكرار (٤١) وبنسبة (١٠٠٪) ، واستغرق من الزمن (١١٤٨د.) وجاء توقيت إذاعته في الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً بتكرار (٣٧) ، وفي الفترة الزمنية من (١٢-٤) ظهراً بتكرار (٤) ، وكانت اللغة المستخدمة في الحديث فصحى التراث بتكرار (٤٠) ، والفصحى الميسرة مرة واحدة ، ولا يوجد مواد مصاحبة للحديث مطلقاً ، وهذا يشير إلى إهمال واضح من قناة الشرق الأوسط لهذا النوع من البرامج ، ويشير أيضاً إلى سوء تخطيط للبرامج ، فالبرامج الدينية يفترض أن تحتل حيزاً أكبر بكثير من الموجود حالياً على خريطة البث اليومي للقناة خاصة أنها توجه بثها إلى شتى بقاع العالم ، وغالبية مشاهديها من المسلمين ، وهي رائدة أول نقل حي على الهواء لصلاة التراويح في رمضان إلى بقية أقطار العالم ، والقناة تعرف مدى اهتمام الجمهور في شتى بقاع العالم بذلك مما يشير إلى حاجة الجمهور إلى برامج دينية مكثفة ، وقناة الشرق الأوسط - بحجم إمكاناتها الفنية الكبيرة المتمثلة في الاستديوهات الضخمة والطاقة البشرية العاملة - تستطيع إنتاج كافة الأشكال البرامجية ومنها البرامج الدينية وإخراجها على أفضل شكل فني إذا ماأرادت ذلك ، لذا يجب عليها الأخذ بهذه الاعتبارات وتحسين أداء البرامج الدينية ووضعها فيها على الشكل الذي يلبي احتياج جمهور المسلمين .

المطلب الرابع :-

أشكال البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية

جدول رقم (١٦)

الرقم	الشكل	المواد المصاحبة للبرامج								وقت إذاعة البرنامج					اللغة المستخدمة في البرنامج				المساحة الزمنية	عدد الحلقات	النسبة المئوية
		فيلم تمثيلي	فيلم درامي	فيلم تسجيلي	فيلم علمي	لقطات حيه	كاريكاتير	صورة	خرائط	صباحاً ٥ – ١٢	ظهراً ١٢ – ٤	عصراً ٤ – ٨	مساءً ٨ – ٢	آخر الليل ٢ – ٥	فصحى التراث	فصحى ميسرة	مختلطة	غالبة			
١	حديث	–	–	–	–	–	–	–	–	٣٠	–	–	–	–	٣٠	–	–	–	٦١١	٣٠	٪٩٠,٩
٢	حديث بجمهور مستمع	–	–	١	–	–	–	١	–	–	٢	–	–	–	١	١	–	–	٢٠	٢	٪٦.١
٣	حديث بجمهور مشارك	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
٤	ندوة	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
٥	ندوة بجمهور مستمع	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
٦	ندوة بجمهور مشارك	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
٧	مقابلة	–	–	–	–	–	–	–	–	–	١	–	–	–	–	١	–	–	١٠	١	٪٠.٣
٨	مقابلة بحوار	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
٩	مجلة	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١٠	مسابقة	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١١	برنامج وثائقي	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١٢	مسلسل	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١٣	مواقف درامية	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١٤	تمثيلية	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١٥	فيلم	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
١٦	قاص وقصة	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	المجموع	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	٦٤٦	٣٣	٪١٠٠

يشير الجدول السابق إلى أشكال البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية العربية ، فقد جاء الحديث بتكرار (٣٠) بنسبة (٩٠,٩٪) ، واستغرق من الزمن (٦١٦د.) ، واللغة المستخدمة فيه فصحى التراث بتكرار (٣٠) ، وكان توقيت إذاعته في الفترة الزمنية من (٥-١٢) صباحاً ، ولم يحتو على أي مواد مصاحبة ، والحديث إلى جمهور مستمع جاء بتكرار (٢) بنسبة (٦,١٪) واستغرق من الزمن (٢٠,٠) ، واللغة المستخدمة فيه فصحى التراث والفصحى الميسرة ، وكان توقيت إذاعته في الفترة الزمنية من (١٢ - ٤) ظهراً ، وصاحبه من المواد ، الفيلم التسجيلي مرة واحدة ، والصورة مرة واحدة أيضاً ، والمقابلة جاءت مرة واحدة بنسبة (٣,٠٪) ، واستغرقت من الزمن (١٠د.) ، واللغة المستخدمة فيها الفصحى الميسرة ، وكان توقيت إذاعتها في الفترة الزمنية من (١٢-٤) ظهراً ، ولم تحتو على أي مواد مصاحبة .

ويلاحظ على الجدول السابق أن عدد حلقات البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية بلغ (٣٣) حلقة استغرقت من الزمن (٦٤٦د.) ولم تعتمد إلا على شكلين فقط من أشكال البرامج هي الحديث والمقابلة ، أما بقية الأشكال البرامجية فليس لها وجود؛ وهذا قصور واضح يشير إلى عدم الاهتمام بهذا النوع من البرامج ، وأيضاً هناك قصور واضح في النواحي الفنية للبرامج الدينية؛ حيث لم تستخدم مواد مصاحبة للبرامج الدينية فيها بالشكل المطلوب الذي يساعد على جذب انتباه المشاهد ، كما يشير الجدول السابق إلى سوء التخطيط البرامجي في قناة الأردن الفضائية العربية وقصور في النواحي الفنية لإخراج البرامج الدينية ، فلابد أن يعاد النظر في وضع البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية من حيث الكم والكيف ؛ حيث تشمل أوقاتًا متفرقة على خريطة البث اليومي ولا تقتصر على فترة معينة ، وتحتاج أيضاً إلى تنويع أشكال البرامج الدينية وليس الاقتصار على شكل معين .

الفصل الثاني

نتائج الدراسة الميدانية

المبحث الأول :

- جمهور البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

المبحث الثاني :

- دوافع مشاهدة الجمهور السعودي والعربي للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

المبحث الثالث :

- إشباعات الجمهور السعودي والعربي من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

إجراءات الدراسة الميدانية :

(١) منهج الدراسة :

استخدم الباحث في دراسته للجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية المنهج المسحي الذي تم بواسطته استجواب عينة مثلت ثلاثًا من مناطق المملكة العربية السعودية هي : (الرياض - جدة - الدمام) .

(٢) عينة الدراسة :

استخدم الباحث العينة الطبقية التي قسم فيها أفراد الجمهور السعودي والعربي إلى فئات طبقًا لمستويات : (الجنس - العمر - الحالة الاقتصادية - الحالة الاجتماعية - الحالة التعليمية - المهنة) .

بلغ حجم العينة (٦٠٠) مفردة من الجمهور السعودي والعربي من موظفي وموظفات المؤسسات الحكومية والخاصة والشركات ، وتم توزيع العينة على مناطق ثلاث من المملكة العربية السعودية وهي : (الرياض - جدة - الدمام) ، وقد بلغ حجم العينة في كل مدينة (٢٠٠) مفردة شملت السعوديين والعرب ، وقد تم اختيار كل فئة من أفراد العينة بسحب عدد منها بالطريقة العشوائية البسيطة ، وقد قام الباحث بإعطاء كل فرد من أفراد مجتمع الدراسة رقمًا ثم خلط الأرقام حتى لايمكن تسلسلها ، ومن ثم سحب أرقامًا بعدد حجم العينة لكل فئة .

(٣) مجتمع الدراسة :

الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية هو مجتمع الدراسة بفئتيه : الذكور والإناث فوق سن (١٨ عامًا) والذي يمتلك أطباقًا هوائية يلتقط من خلالها قنوات التلفزيون الفضائية العربية - وليس الجمهور العرضي - وقد قسم الباحث الجمهور السعودي والعربي على ثلاث مناطق من مناطق المملكة العربية السعودية وهي كالآتي :

(١) مدينة الرياض (٢٠٠) مفردة من الجمهور السعودي والعربي فيها .

(٢) مدينة جدة (٢٠٠) مفردة من الجمهور السعودي والعربي فيها .

(٣) مدينة الدمام (٢٠٠) مفردة من الجمهور السعودي والعربي فيها .

أسلوب جمع البيانات وتحليلها :

قام الباحث بتصميم (استبانة) تتضمن المتغيرات الكاملة للقياس ، وتشمل: (الجنسية – الجنس – العمر – الحالة الاقتصادية – الحالة الاجتماعية – الحالة التعليمية – المهنة) ، ثم تضمنت أيضًا متغيرات تتعلق بحجم مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، وأخرى لدوافع مشاهدة البرامج الدينية ، وإشباعات البرامج الدينية ، وتم عرضها على محكمين من ثلاث جامعات هي : (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية – جامعة الملك سعود – جامعة أم القرى)[(١)] ، ثم تم توزيع الاستبانات على مجتمع الدراسة في المناطق الثلاث المذكورة آنفاً ، وبعد فحص (الاستبانات) وتدقيقها واختيار طريقة السحب للعينة الكلية ، قام الباحث (بترميز) فئات الاستبانة لتحويل المعلومات اللفظية إلى رقمية وتحليلها كميًا عن طريق الحاسب الآلي ، كما استخدم الباحث في التحليل نظام الحزم الإحصائية (spss) الخاص بالعلوم الاجتماعية ؛ وذلك لاستخراج العلاقات الارتباطية للدراسة .

---

(١) المحكمون :
١– جامعة الإمام محمد بن سعود : أ.د . سيد محمد ساداتي ، د. أحمد بن سيف الدين ، د . محمد عبد العزيز الحيزان .
٢– جامعة الملك سعود : د. بكر ابراهيم .
٣– جامعة أم القرى : د . أحمد محمد اليناني .

المبحث الأول

- البيانات الأولية لجمهور البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية

المطلب الأول : البيانات الأولية للجمهور السعودي.

المطلب الثاني : البيانات الأولية للجمهور العربي.

المطلب الأول : البيانات الأولية للجمهور السعودي :

(أ) الذكور السعوديون :

المعلومات الأولية عن الذكور السعوديين عينة الدراسة :

(١) السن أو العمر للذكور السعوديين عينة الدراسة :

جـــــدول رقم (١٧)

الرقم	العـــــمر	التكـرار	النسبة المئوية
١	من ٢٠ – ٢٩ سنة	٤٣	٪٢٨,٧
٢	من ٣٠ – ٣٩ سنة	٥٢	٪٣٤,٧
٣	من ٤٠ – ٤٩ سنة	٤٢	٪٢٨,٥
٤	من ٥٠ – ٥٩ سنة	١١	٪٧,٣
٥	من ٦٠ سنة فأكثر	٢	٪١,٣
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

من الجدول السابق يتضح أن الذكور السعوديين تفاوتت أعمارهم ، ففئة من (٢٠-٢٩) سنة بلغت نسبة (٢٨,٧٪) بتكرار (٤٣) ، وفئة (٣٠-٣٩) سنة بلغت نسبة (٣٤,٧٪) بتكرار (٥٢) ، وفئة (٤٠-٤٩) سنة بلغت نسبة (٢٨,٥٪) بتكرار (٤٢) ، وفئة (٥٠-٥٩) سنة بلغت نسبة (٧,٣٪) بتكرار (١١) ، أما (٦٠) سنة فأكثر فنسبتها (١,٣٪) وهي حالتان فقط ، ويلاحظ على الجدول ارتفاع نسبة الفئة الثانية من المبحوثين وتقارب نسبة الفئتين الأولى والثانية ، حيث إن المؤسسات الحكومية والخاصة يوجد أغلب العاملين بها ممن تتراوح أعمارهم بين (٢٠-٥٠) سنة .

(٢) الحالة الاقتصادية للذكور السعوديين عينة الدراسة : (جدول رقم ١٨)

الرقم	الحالـــــة الاقتصاديـــــة	التكـرار	النسبة المئوية
١	عالية	١٠	٪٦,٧
٢	فوق المتوسطة	٤٥	٪٣٠,٠
٣	المتوسطة	٨٠	٪٥٣,٣
٤	تحت المتوسطة	١٤	٪٩,٣٠
٥	منخفضة	١	٪٠,٧٠
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن الحالة الاقتصادية تفاوتت فئاتها : حيث بلغت نسبة العالية (٦,٧٪) بتكرار بلغ (١٠) ، وفوق المتوسطة (٣٠٪) بتكرار (٤٥) ، والمتوسطة (٥٣,٣٪) بتكرار (٨٠) ، وتحت المتوسطة (٩,٣٪) بتكرار (١٤) ، والمنخفضة (٠,٧٪) وهي حالة واحدة فقط ، والعينة هنا تشير إلى ارتفاع نسبة الحالة الاقتصادية المتوسطة ، وهذا يعد أمراً طبيعياً .

(٣) الحالة الاجتماعية للذكور السعوديين عينة الدراسة :

جدول رقم (١٩)

الرقم	الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
١	متزوج	١٠٩	٧٢,٧٪
٢	أعزب	٣٨	٢٥,٣٪
٣	مطلق	٢	١,٣٪
٤	أرمل	١	٠٠,٧٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

أشار الجدول السابق إلى أن الحالة الاجتماعية للذكور السعوديين عينة الدراسة والبالغة (١٥٠) مفردة ، كانت نسبة المتزوجين منهم (٧٢,٧٪) بتكرار بلغ (١٠٩) ، أما الحالة الاجتماعية للعزاب فنسبتهم (٢٥,٣٪) بتكرار بلغ (٣٨) ، والحالة الاجتماعية للمطلقين بلغت (١,٣٪) وهي حالتان فقط ، أما الحالة الاجتماعية للأرامل فهي حالة واحدة بنسبة (٠,٧٪) .. ويلاحظ هنا ارتفاع نسبة المتزوجين ، وهو أمر طبيعي بالنسبة للمجتمع السعودي .

(٤) الحالة التعليمية للذكور السعوديين عينة الدراسة :

جـــــدول رقم (٢٠)

الرقم	الحالـــة التعليمية	التكـرار	النسبة المئوية
١	تعليم عال	١١	٧,٣٪
٢	جامعي	٦٧	٤٤,٧٪
٣	ثانوي	٥٦	٣٧,٣٪
٤	متوسط	١٣	٨,٧٪
٥	ابتدائي	٢	١,٣٪
٦	أمي	–	–
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

من الجدول السابق نجد تفاوت المستوى التعليمي للذكور السعوديين عينة الدراسة البالغ (١٥٠) مفردة ، فقد مثَّل التعليم العالي منها نسبة (٧,٣٪) بتكرار بلغ (١١) ، أما التعليم الجامعي جاء بنسبة (٤٤,٧٪) بتكرار وقدره (٦٧) ، والتعليم الثانوي جاء بتكرار (٥٦) بنسبة (٣٧,٣٪) ، ثم بعد ذلك التعليم المتوسط بنسبة (٨,٧٪) وبتكرار (١٣) ، أما المرحلة الابتدائية مثلت (١,٣٪) وهي حالتان فقط ، وهنا جاءت الحالتان التعليميتان : الجامعية والثانوية بنسب عالية ومتقاربة ، وهذا يرجع للنهضة التعليمية التي تعيشها بلادنا .

(٥) المهنة أو العمل لدى الذكور السعوديين عينة الدراسة :

جــــدول رقم (٢١)

الرقم	الحالـــة المهنيـــة	التكـرار	النسبة المئوية
١	طالب	١٩	١٢,٧٪
٢	وظيفة حكومية	٦٧	٤٤,٧٪
٣	وظيفة قطاع خاص	٥٥	٣٦,٧٪
٤	عمل حر	٩	٠٦,٠٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى التفاوت المهني بين أفراد العينة من الذكور السعوديين البالغ (١٥٠) مفردة ، حيث بلغ عدد الطلاب (١٩) طالباً بنسبة (١٢,٧٪) ، أما أصحاب الوظائف الحكومية فعددهم (٦٧) بنسبة (٤٤,٧٪) ، وأصحاب الوظائف في القطاع الخاص بنسبة (٣٦,٧٪) بتكرار بلغ (٥٥) ، وأصحاب العمل الحر كانت نسبتهم (٦,٠٪) وتكرار (٩) ، ويلاحظ على الجدول السابق ارتفاع نسبة الموظفين في القطاعين :الحكومي والخاص ، وذلك لتحمل مسؤولية الرأي واحتمال نسبة الوعي لديهم تكون أكثر من المشتغلين في القطاعات الأخرى .

وهنا يمكن القول : أن السمات العامة للذكور السعوديين قد تفاوتت وأظهرت تبايناً في كثيرٍ من حالاتهم مثل : الفئات العمرية للذكور السعوديين نجدها انحصرت تقريباً من (٢٠ – ٤٩) سنة ؛ وهذا يشير إلى أن غالبية عينة الدراسة تتميز برجاحة العقل وتحمل المسؤولية في هذا السن ، كما أن الحالة الاقتصادية للذكور السعوديين – عينة الدراسة – تمثلت في الوضع المتوسط إذ بلغت (٥٣٪) من العينة ، ثم فوق المتوسطة بنسبة (٣٠٪) ؛ وهذا يشير إلى أن غالبية أفراد العينة من ذوي الدخول المتوسطة أو فوق المتوسطة ، ويعد ذلك أمراً طبيعياً في مجتمعنا

الذي ننعم فيه بالخير بفضل من الله تعالى ، ثم بقيادتنا الرشيدة التي قدمت الاحتياجات للمواطنين ، والحالة الاجتماعية للذكور السعوديين – عينة الدراسة – أظهرت استقراراً اجتماعياً ، حيث بلغ المتزوجون نسبة عالية (٧٢٪) ؛ وهذا يشير إلى الاستقرار الأسري لمجتمعنا السعودي ، أما الحالة التعليمية فقد ظهرت نتائجها جيدة حيث دلت على ارتفاع نسبة التعليم بين الذكور السعوديين – عينة الدراسة – وهذا يرجع إلى عناية الدولة بهذا القطاع والاهتمام به .

(٦) تفضيلات الذكور السعوديين للقنوات الفضائية العربية حسب أولوية المشاهدة :

جـــدول رقم (٢٢)

الرقم	القنوات الفضائية	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	قناة الجزيرة	١٢٢	٢٨	١٥٠	٪٨١,٣	١٣,٥	الأولى
٢	تلفزيون الشرق الأوسط	٩٩	٥١	١٥٠	٪٦٦	١١	الثانية
٣	قناة دبي	٩٩	٥١	١٥٠	٪٦٦	١١	الثالثة
٤	قناة أبو ظبي	٨٢	٦٨	١٥٠	٪٥٤	٩,١	الرابعة
٥	قناة البحرين	٦٩	٨١	١٥٠	٪٤٦	٧,٦	الخامسة
٦	قناة الكويت	٦٧	٨٣	١٥٠	٪٤٤,٦	٧,٤	السادسة
٧	قناة الشارقة	٦٣	٨٧	١٥٠	٪٤٢	٧	السابعة
٨	قناة (L.B.C) اللبنانية	٤٥	١٠٥	١٥٠	٪٣٠	٥	الثامنة
٩	قناة المستقبل اللبنانية	٤٣	١٠٧	١٥٠	٪٢٨,٦	٤,٧	التاسعة
١٠	قناة المنوعات بتلفزيون العرب	٤٠	١١٠	١٥٠	٪٢٦,٦	٤,٤	العاشرة
١١	قناة مصر	٣٨	١١٢	١٥٠	٪٢٥,٣	٤,٢	الحادية عشرة

تابع تفضيلات الذكور السعوديين للقنوات الفضائية العربية حسب أولوية المشاهدة :

تابع جـــدول رقم (٢٢)

الرقم	القنوات الفضائية	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١٢	قناة اقرأ	٣٤	١١٦	١٥٠	٪٢٢,٦	٣,٧	الثانية عشرة
١٣	قناة عمان	٢٩	١٢١	١٥٠	٪١٩,٣	٣,٢	الثالثة عشرة
١٤	قناة سورية	٢٦	١٢٤	١٥٠	٪١٧,٣	٢,٨	الرابعة عشرة
١٥	السعودية (ق١)	٢٠	١٣٠	١٥٠	٪١٣,٣	٢,٢	الخامسة عشرة
١٦	قناة الأردن	١٤	١٣٦	١٥٠	٪٩,٣	١,٥	السادسة عشرة
١٧	قناة اليمن	٦	١٤٤	١٥٠	٪٤	٠,٦	السابعة عشرة
١٨	قناة المغرب	٥	١٤٥	١٥٠	٪٣,٣	٠,٥	الثامنة عشرة
١٩	قناة عجمان	٢	١٤٨	١٥٠	٪١,٣	٠,٢	التاسعة عشرة
٢٠	قناة ليبيا	٢	١٤٨	١٥٠	٪١,٣	٠,٢	العشرون
٢١	قناة الجزائر	–	١٥٠	١٥٠	–	–	الإحدى والعشرون
٢٢	قناة تونس	–	١٥٠	١٥٠	–	–	الثانية والعشرون

أشار الجدولان السابقان إلى تفضيلات الذكور السعوديين - عينة الدراسة - للقنوات الفضائية العربية ، فقد جاءت قناة الجزيرة بأعلى متوسط حسابي بلغ (١٣,٥) وبنسبة (٨١/٣٪) وبتكرار بلغ (١٢٢) ، ثم جاءت قناتا : تلفزيون الشرق الأوسط ودبي الفضائيتان في المرتبتين الثانية والثالثة على التوالي بالمتوسط الحسابي الذي بلغ (١١) لكل قناة ، وبالنسبة نفسها التي بلغت (٦٦٪) لكل قناة ، وبتكرار بلغ (٩٩) لكل قناة ، وفي المرتبة الرابعة جاءت قناة أبو ظبي الفضائية بمتوسط حسابي مقداره (٩,١) بنسبة (٥٤٪) وبتكرار بلغ (٨٢) ، وجاءت في المرتبة الخامسة قناة البحرين الفضائية بمتوسط قدره (٧,٦) بنسبة (٤٦٪) وبتكرار بلغ (٦٩) ، وفي المرتبة السادسة جاءت قناة الكويت الفضائية بمتوسط بلغ (٧,٤) بنسبة (٤٤,٦٪) ، وبتكرار (٦٧) ، وجاءت قناة الشارقة في المرتبة السابعة بمتوسط قدره (٧) بنسبة (٤٢٪) وبتكرار بلغ (٦٣) ، وفي المرتبة الثامنة جاءت القناة اللبنانية (L.B.C) بمتوسط قدره (٥) بنسبة (٣٠٪) ، وبتكرار بلغ (٤٥) ، كما جاءت قناة المستقبل اللبنانية بمتوسط (٤,٧) بنسبة (٢٨,٦٪) ، وبتكرار بلغ (٤٣) ، ثم جاءت قناة المنوعات بتلفزيون العرب في المرتبة العاشرة بمتوسط بلغ (٤,٤) بنسبة (٢٦,٦٪) ، وبتكرار بلغ (٤٠) ، وفي المرتبة الحادية عشرة قناة مصر الفضائية بمتوسط بلغ (٤,٢) بنسبة (٢٥,٣٪) ، وبتكرار بلغ (٣٨) ، والمرتبة الثانية عشرة جاءت قناة اقرأ الفضائية بمتوسط قدره (٣,٧) بنسبة (٢٢,٦٪) ، وبتكرار بلغ (٣٤) ، وجاءت قناة عمان الفضائية في المرتبة الثالثة عشرة بمتوسط قدره (٣,٢) وبنسبة (١٩,٣٪) وبتكرار بلغ (٢٩) ، وفي المرتبة الرابعة عشرة قناة سورية الفضائية فقد جاءت بمتوسط بلغ (٢,٨) بنسبة (١٧,٣٪) وبتكرار بلغ (٢٦) ، وفي المرتبة الخامسة عشرة جاءت القناة الأولى في التلفزيون السعودي بمتوسط (٢,٢) بنسبة (١٣,٣٪) وجاءت بتكرار (٢٠) ، أما المرتبة السادسة عشرة فقد جاءت لقناة الأردن الفضائية بمتوسط بلغ (١,٥) بنسبة (٩,٣٪) ، وبتكرار بلغ (١٤) ، وجاءت قناة اليمن الفضائية في المرتبة السابعة عشرة بمتوسط وقدره (٠,٦) بنسبة (٤٪) ، وبتكرار بلغ (٦) ، وجاءت قناة المغرب الفضائية في المرتبة الثامنة عشرة بمتوسط بلغ (٠,٥) بنسبة (٣,٣٪) وبتكرار بلغ (٥) ، كما جاءت قناتا : عجمان وليبيا الفضائيتان في المرتبتين التاسعة عشرة والعشرين على التوالي بالمتوسط نفسه الذي بلغ (٠,٢) لكل قناة ، وبنسبة (١,٣٪) لكل قناة ، وبتكرارات (٢) لكل قناة ، أما قناتا: الجزائر وتونس الفضائيتان فلم يذكر عنهما شيء .

ويلاحظ على الجدولين السابقين أن تفضيلات الذكور السعوديين كانت تهتم

بالنواحي الإخبارية ،كما هو واضح من خلال اختيارهما الأول والثاني لقناتي الجزيرة وتلفزيون الشرق الأوسط اللتين تهتمان بالنواحي الإخبارية أكثر من القنوات الأخرى بالبرامج ولديهما إمكانات مادية وبشرية ميزت حضورهما في قلب الأحداث السياسية الإقليمية والدولية ، وهذا أمر طبيعي إذ إن المبحوثين يعيشون ومن حولهم الكثير من القضايا الإقليمية المهمة مثل : القضية الفلسطينية ، وتطورات النزاع العراقي الكويتي ، وغيرهما من القضايا ، كما يلاحظ أن اهتمام الذكور السعوديين بالبرامج الترفيهية يأتي في المرتبة الثانية ، إذ أن أغلب القنوات الفضائية بعد قناتي :الجزيرة والشرق الأوسط هي قنوات ذات طابع ترفيهي أكثر في برامجها .

(٧) الفترة الزمنية المستغرقة في مشاهدة الفضائيات العربية في اليوم الواحد لدى الذكور السعوديين عينة الدراسة :

جـــــدول رقم (٢٣)

الرقم	عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
١	ساعة واحدة	٢٨	١٨,٧٪
٢	ساعتان	٥٧	٣٨,٠٠٪
٣	ثلاث ساعات	٣٤	٢٢,٧٪
٤	أربع ساعات	١٣	٨,٧٪
٥	خمس ساعات	٨	٥,٣٪
٦	ست ساعات	٦	٤,٠٪
٧	سبع ساعات	٤	٢,٧٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يوضح جدول الفترة الزمنية المستغرقة في مشاهدة القنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد لدى الذكور السعوديين – عينة الدراسة – أن مدة (ساعتان) سجلت أعلى نسبة مشاهدة للقنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد بلغت (٣٨,٠٪) بتكرار (٥٧) ، ثم بعد ذلك مدة (ثلاث ساعات) بنسبة (٢٢,٧١٪) بتكرار (٣٤) ، ثم بعد ذلك (ساعة واحدة) بنسبة (١٨,٧٪) بتكرار (٢٨) ، ثم بعد ذلك (أربع ساعات) بنسبة (٨,٧٪) بتكرار (١٣) ، ثم جاءت مدة (خمس ساعات) بنسبة (٥,٣١٪) بتكرار (٨) ، ثم (ست ساعات) بنسبة (٤٪) بتكرار (٦) ، ثم (سبع ساعات) بنسبة (٢,٧٪) وبتكرار (٤) ، وذلك يشير إلى أن الفترة من (ساعتين إلى أربع ساعات) هي أغلب فترة مشاهدة لدى الذكور السعوديين للفضائيات العربية .

(٨) البرامج الدينية المفضلة لدى الذكور السعوديين عينة الدراسة في القنوات الفضائية العربية

جــدول رقم (٢٤)

الرقم	البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	البرامج الدينية في قناة الشارقة	١٠٦	٤٤	١٥٠	٪٧٠,٦	١١,٧	الأولى
٢	البرامج الدينية في قناة المنوعات	٤٠	١١٠	١٥٠	٪٢٦,٦	٤,٤	الثانية
٣	البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط	٣٦	١١٤	١٥٠	٪٢٤	٤	الثالثة
٤	البرامج الدينية في قناة الأردن	٣٤	١١٦	١٥٠	٪٢٢,٦	٣,٧	الرابعة
٥	البرامج الدينية في قناة الجزيرة	١٣	١٣٧	١٥٠	٪٨,٦	١,٤	الخامسة
٦	البرامج الدينية في قناة مصر	٨	١٤٢	١٥٠	٪٥,٣	٠,٨	السادسة
٧	البرامج الدينية في قناة دبي	٤	١٤٦	١٥٠	٪٢,٦	٠,٤	السابعة

يشير الجدول السابق إلى البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين ، فقد جاءت البرامج الدينية في قناة الشارقة في المرتبة الأولى بتكرار (١٠٦) بنسبة (٧٠,٦٪) من إجمالي العينة بمتوسط حسابي بلغ (١١,٧) ، وفي المرتبة الثانية جاءت البرامج الدينية في قناة المنوعات بتلفزيون العرب بتكرار (٤٠) ، وبنسبة (٢٦,٦٪) من إجمالي العينة بمتوسط قدره (٤,٤) ، وفي المرتبة الثالثة جاء ت البرامج الدينية في تلفزيون الشرق الأوسط بتكرار (٣٦) ، وبنسبة (٢٤٪) ، وبمتوسط بلغ (٤) ، وجاءت البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية في المرتبة الرابعة بتكرار وقدره (٣٤) ، بنسبة (٢٢,٦٪) من إجمالي العينة ، وبمتوسط قدره (٣,٧) ، وهذه القنوات آنفة الذكر هي من القنوات التي خضعت للدراسة ، وهي عينة الدراسة التحليلية للبرامج الدينية ، ثم جاءت البرامج الدينية في قناة الجزيرة الفضائية في المرتبة الخامسة بتكرار (١٣) ، وبنسبة بلغت (٨,٦٪) وبمتوسط قدره (١,٤) ، وفي المرتبة السادسة البرامج الدينية في قناة مصر الفضائية بتكرار (٨) وبنسبة (٥,٣٪) ، وبلغ المتوسط (٠,٨) ، وفي المرتبة السابعة البرامج الدينية في قناة دبي بتكرار (٤) ، وبنسبة (٢,٦٪) وبمتوسط قدره (٠,٤) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن الذكور السعوديين لديهم اهتمام أكثر بمشاهدة البرامج الدينية في قناة الشارقة وهي من أكثر القنوات الفضائية العربية بثاً للبرامج الدينية ، كما أثبتت الدراسة ذلك ، كما يلاحظ تقارب نسب مشاهدة البرامج الدينية في قناة المنوعات بتلفزيون العرب ، وفي تلفزيون الشرق الأوسط ، وكذلك في قناة الأردن الفضائية .. وهذه القنوات الفضائية العربية هي ضمن دراسة تحليلية لبرامجها الدينية ، أما بقية القنوات الفضائية فقد جاءت حسب اختيار الذكور السعوديين – عينة الدراسة – لها ضمن قنوات أخرى يهتم بمشاهدة البرامج الدينية فيها غير قنوات الدراسة .

(٩) فترة مشاهدة البرامج الدينية في اليوم الواحد لدى الذكور السعوديين عينة الدراسة :

جـــــدول رقم (٢٥)

الرقم	المدة الزمنية	التكـرار	النسبة المئوية
١	أقل من ساعة	٣١	٪٢٠,٠
٢	ساعتان	٧٨	٪٥٢,٠
٣	ثلاث ساعات	٣٣	٪٢٢,٠
٤	أربع ساعات	٦	٪٤,٠
٥	خمس ساعات	٢	٪١,٣
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

جاءت أكبر نسبة مشاهدة للبرامج الدينية في الفضائيات الدينية في الفضائيات العربية في اليوم الواحد بالنسبة للذكور السعوديين عينة الدراسة فئة (ساعتان) مثلث (٥٢٪) من عينة الذكور وتكرار بلغ (٧٨) ، ثم (ثلاث ساعات) بنسبة مشاهدة (٢٢,٠٪) من عينة الذكور السعوديين وتكرار (٣٣) ، ثم (أقل من ساعة) بنسبة مشاهدة بلغت (٢٠,٠٪) وتكرار (٣١) ، ثم (أربع ساعات) بنسبة مشاهدة بلغت (٤,٠٪) وتكرار (٦) ، ثم (خمس ساعات) فأكثر بنسبة مشاهدة بلغت (١,٣٪) وتكرار (٢) ، ويلاحظ على الجدول أن فترة (ساعتان) مثلت نصف العينة والغالبية وهي مدة مقبولة بالنسبة للذكور السعوديين .

(١٠) تأثير تعدد القنوات الفضائية في حجم الاستخدام لدى الذكور السعوديين عينة الدراسة :

جـــــدول رقم (٢٦)

الرقم	التأثـــير	التكـرار	النسبة المئوية
١	نعم يؤثر	٩٢	٪٦١,٣
٢	لا يؤثر	٤٧	٪٣١,٣
٣	لا أدري	١١	٪٧,٣
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

يشير الجدول السابق إلى تأثير تعدد القنوات الفضائية في حجم الاستخدام لدى الذكور السعوديين فيتضح أن عدد الذين يتأثر حجم استخدامهم بتعدد القنوات الفضائية العربية من الذكور السعوديين عينة الدراسة (٩٢) فرداً بنسبة (٦١,٣٪) ، أما الذين لايؤثر تعدد القنوات الفضائية العربية في حجم استخدامهم بلغ (٤٧) فرداً بنسبة (٣١,٣٪) ، بدون إشارة إلى التأثير بلغ (١١) فرداً بنسبة (٧,٣٪) ، ويلاحظ على الجدول أن أكثر من نصف عينة الذكور يتأثر حجم استخدامهم بتعدد القنوات ، وهذا أمر طبيعي لكثرة وجود القنوات وتنوع برامجها .

(١١) مقدار الزيادة والنقص في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين عينة الدراسة :

جـــــدول رقم (٢٧)

	زيادة أو نقص المشاهدة	التكـرار	النسبة المئوية
١	زيادة المشاهدة	٧٢	٪٤٨
٢	نقص المشاهدة	٦٤	٪٤٢,٧
٣	بدون إشارة لمقدار الزيادة أو النقص	١٤	٪٩,٣
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

يشير الجدول السابق إلى مقدار الزيادة والنقص في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين – عينة الدراسة – فيتضح أن عدد الذين تزداد مشاهدتهم للبرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية من الذكور السعوديين عينة الدراسة بلغ (٧٢) بنسبة (٤٨٪) ، وعدد الذين تتناقص مشاهدتهم للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بلغ (٦٤) بنسبة (٤٢,٧٪) ، أما الذين لم يشيروا إلى الزيادة أو النقص في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بلغ عددهم (١٤) بنسبة (١٠,٣٪) ، ويلاحظ هنا أن زيادة المشاهدة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور ونقصها جاءت بنسب متقاربة ومتساوية .

(١٢) ترتيب أسباب زيادة المشاهدة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين عينة الدراسة .

جـــدول رقم (٢٨)

الرقم	السبب	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	لزيادة الثقافة والمعرفة الدينية	٥٧	٩٣	١٥٠	٣٨٪	٦,٣	الأولى
٢	لحاجة المشاهد إليها في معرفة الأحكام الشرعية	٤٦	١٠٤	١٥٠	٣٠,٦٪	٥,١	الثانية
٣	استغلال الوقت في شيء مفيد	٤٥	١٠٥	١٥٠	٣٠٪	٥	الثالثة
٤	تطور أداء البرامج الدينية في الفضائيات العربية	٤٥	١٠٥	١٥٠	٣٠٪	٥	الرابعة
٥	تناولها قضايا معاصرة تهم الأمة الإسلامية	٤٣	١٠٧	١٥٠	٢٨,٦٪	٤,٧	الخامسة
٦	استضافتها لعلماء ومفكرين على مستوى عال	٤١	١٠٩	١٥٠	٢٧,٣٪	٤,٥	السادسة
٧	تقديمها حلول لمشكلات اجتماعية معاصرة	٤٠	١١٠	١٥٠	٢٦,٦٪	٤,٤	السابعة
٨	تحتوي على فتاوى وأحكام فقهية	٣٩	١١١	١٥٠	٢٦٪	٤,٣	الثامنة
٩	الهروب من برامج القنوات الفضائية الهابطة	٣٤	١١٦	١٥٠	٢٢,٦٪	٣,٧	التاسعة
١٠	كثرة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية	٢١	١٢٩	١٥٠	١٤٪	٢,٣	العاشرة
١١	لطرح بعض الأسئلة على العلماء من خلال المشاركة	١٠	١٤٠	١٥٠	٦,٦٪	١,١	الحادية عشرة

أشار الجدول السابق إلى أسباب زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين ، فقد ظهرت الأسباب التي أدت إلى زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لـــدى الذكـــور السعوديين – عينة الدراسة – بتكرارات متفاوتة .

فجاءت زيادة الثقافة والمعرفة الدينية في المرتبة الأولى بتكرار بلغ (٥٧) ، بنسبة (٣٨٪) وبمتوسط (٦,٣) ، والمرتبة الثانية جاءت لحاجة المشاهد للبرامج الدينية لمعرفة الأحكام الشرعية بتكرار بلغ (٤٦) بنسبة (٣٠,٦٪) ، بمتوسط بلغ (٥,١) ، والمرتبة الثالثة استغلال الوقت في شيء مفيد بتكرار (٤٥) ، بنسبة (٣٠٪) ، وبمتوسط قدره (٥) ، والمرتبة الرابعة تطور أداء البرامج الدينية في الفضائيات العربية بتكرار (٤٥) أيضاً بنسبة (٣٠٪) ، وبمتوسط قدره (٥) ، والمرتبة الخامسة تناول البرامج الدينية في الفضائيات العربية لقضايا معاصرة تهم الأمة الإسلامية بتكرار بلغ (٤٣) ، بنسبة (٢٨,٦٪) وبمتوسط (٤,٧) ، والمرتبة السادسة استضافة البرامج الدينية لعلماء ومفكرين على مستوى عال بتكرار (٤١) ، بنسبة (٢٧,٣٪) وبمتوسط (٤,٥) ، والمرتبة السابعة تقديم البرامج الدينية في الفضائيات العربية حلول لمشكلات اجتماعية معاصرة بتكرار (٤٠) ، بنسبة (٢٦,٦٪) وبمتوسط (٤,٤) ، والمرتبة الثامنة احتواء البرامج الدينية على فتاوى وأحكام فقهية بتكرار (٣٩) ، بنسبة (٢٦٪) ، وبمتوسط (٤,٣) ، والمرتبة التاسعة جاء سبب الهروب من برامج القنوات الفضائية الهابطة بتكرار (٣٤) بنسبة (٢٢,٦٪) وبمتوسط (٣,٧) ، المرتبة العاشرة كثرة البرامج الدينية في الفضائيات العربية بتكرار (٢١) ، بنسبة (١٤٪) وبمتوسط (٢,٣) ، والمرتبة الحادية عشرة لطرح بعض الأسئلة على العلماء من خلال المشاركة بتكرار (١٠) ، وبنسبة (٦,٦٪) وبمتوسط (١,١) .

ويلاحظ على الجدول السابق اهتمام الذكور السعوديين – عينة الدراسة – بزيادة ثقافتهم الدينية ، ومعرفة الأحكام الشرعية ، وهذا أمر طبيعي لأن مجتمعنا السعودي يتميز بالحرص والمحافظة على الشؤون الدينية في حياته ويوليها أكبر اهتمام ، إذ أن بلادنا هي مهد الرسالة المحمدية الخالدة ، ومجتمعنا السعودي يعتز بأصوله العقدية وقيمه الأخلاقية التي جاء بها الإسلام .

(١٣) ترتيب أسباب تناقص المشاهدة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين-عينة الدراسة.

جـــدول رقم (٢٩)

الرقم	السبب	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	وقت البرامج الدينية لا يتناسب مع وقت الفراغ	٤١	١٠٩	١٥٠	٢٧,٣٪	٤,٥	الأولى
٢	عدم الوثوق في مصداقيتها	٤١	١٠٩	١٥٠	٢٧,٣٪	٤,٥	الثانية
٣	العلماء والمفكرون فيها دون المستوى المطلوب	٣٧	١١٣	١٥٠	٢٤,٦٪	٤,١	الثالثة
٤	الاهتمام بالبرامج الدينية في الفضائيات دون المستوى المطلوب	٣٣	١١٧	١٥٠	٢٢٪	٣,٦	الرابعة
٥	لا تعد مصدراً من مصادر تلقي الثقافة الدينية	٣٢	١١٨	١٥٠	٢١,٣٪	٣,٥	الخامسة
٦	لا تقدم حلولاً كافية للمشكلات الإجتماعية	٣٠	١٢٠	١٥٠	٢٠٪	٣,٣	السادسة
٧	لا تهتم بقضايا إسلامية معاصرة وتناقشها	٢٨	١٢٢	١٥٠	١٨,٦٪	٣,١	السابعة
٨	تقديم بعض الفضائيات برامج منوعة مغرية	٢٧	١٢٣	١٥٠	١٨٪	٣	الثامنة
٩	عدم وجود رعاية كافية للبرنامج الديني	٥	١٤٥	١٥٠	٣,٣٪	,٥	التاسعة

يشير الجدول السابق إلى ترتيب تناقص مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين ، عينة الدراسة ، فظهرت الأسباب التي أدت إلى تناقص مشاهدة البرامج الدينية لدى الذكور السعوديين - عينة الدراسة- بتكرارات متفاوتة ، فجاء سبب أن وقت إذاعة البرامج الدينية لا يتناسب مع وقت الفراغ في المرتبة الأولى بتكرار(٤١) بنسبة (٢٧,٣٪) بمتوسط (٤,٥) ، وفي المرتبة الثانية عدم الوثوق في مصداقية البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بتكرار (٤١) أيضاً بنسبة (٢٧,٣٪) ، بمتوسط (٤,٥) ، وفي المرتبة الثالثة أن العلماء والمفكرين الذين تستضيفهم البرامج الدينية في الفضائيات العربية دون المستوى المطلوب بتكرار (٣٧) ، وبنسبة (٢٤,٦٪) ، بمتوسط (٤,١) ، والمرتبة الرابعة جاء الاهتمام بالبرامج الدينية في الفضائيات العربية دون المستوى المطلوب بتكرار (٣٣) ، بنسبة (٢٢٪) ، بمتوسط (٣,٦) ، والمرتبة الخامسة عدم اعتبار البرامج الدينية مصدراً من مصادر تلقي الثقافة الدينية بتكرار (٣٢) بنسبة (٢١,٣٪) ، بمتوسط (٣,٥) ، والمرتبة السادسة أن البرامج الدينية لا تقدم حلولاً كافية للمشكلات الاجتماعية بتكرار (٣٠) ، بنسبة (٢٠٪) ، بمتوسط (٣,٣) ، والمرتبة السابعة عدم اهتمام البرامج الدينية بقضايا إسلامية معاصرة وتناقشها بتكرار (٢٨) ، بنسبة (١٨,٦٪) ، بمتوسط (٣,١) ، والمرتبة الثامنة لتقديم بعض القنوات الفضائية العربية برامج منوعة ومغرية بتكرار (٢٧) ، بنسبة (١٨٪) ، بمتوسط (٣) ، والمرتبة التاسعة لعدم وجود رعاية كافية للبرنامج الديني بتكرار (٥) بنسبة (٣,٣٪) بمتوسط (٠,٥) .

ويلاحظ من الجدول السابق أن أوقات إذاعة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لا تتناسب مع أوقات فراغ الذكور السعوديين -عينة الدراسة - وهذا واضح من الدراسة التحليلية للبرامج ، إذ أن أغلب أوقات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية تقريباً بعد منتصف الليل وساعات الصباح الأولى ووقت الظهيرة ؛ وهذه لاتعد أوقات ذروة مشاهدة .

وفيما يتعلق بمصداقيتها فإن ذلك يرجع إلى أن الذكور السعوديين يثقون في مصادر ثقافتهم الدينية أكثر من أي مصادر أخرى ، والسبب الغالب أن قنوات تلقي الثقافة الدينية في مجتمعنا كثيرة وموثوقة ؛ الأمر الذي جعل الذكور السعوديين - عينة الدراية - يكتفون بمصادرهم الدينية .

(١٤) ترتيب أشكال البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين .

جـــدول رقم (٣٠)

الرقم	الشكل	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	الندوة بجمهور مشارك	١١٨	٣٢	١٥٠	٧٨,٦٪	١٣,١١	الأول
٢	المقابلة	١١٤	٣٦	١٥٠	٧٦٪	١٢,٦	الثاني
٣	الحديث	٩٣	٥٧	١٥٠	٦٢٪	١٠,٣	الثالث
٤	المسابقة	٧٩	٧١	١٥٠	٥٢٪	٨,٧	الرابع
٥	الدراما	٧٤	٧٦	١٥٠	٣٩,٣٪	٨,٢	الخامس
٦	المسلسل الديني	٦٧	٨٣	١٥٠	٤٤,٦٪	٧,٤	السادس
٧	المجلة	٦٦	٨٤	١٥٠	٤٤٪	٧,٣	السابع
٨	التمثيلية	٦٥	٨٥	١٥٠	٤٣,٣٪	٧,٢	الثامن
٩	الفيلم	٦١	٨٩	١٥٠	٤٠,٦٪	٦,٧	التاسع

يشير الجدول السابق إلى تفاوت تفضيلات الذكور السعوديين لأشكال البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، حيث جاءت الندوة بمشاركة جمهور خارجي على الهواء مباشرة في المرتبة الأولى بتكرار (١١٨) ، بنسبة (٧٨,٦٪ ، ومتوسط (١٣,١١) ، وفي المرتبة الثانية جاءت المقابلة بتكرار بلغ (١١٤) ، بنسبة (٧٦٪) ، بمتوسط قدره (١٢,٦) ، وفي المرتبة الثالثة جاء الحديث كشكل من أشكال البرامج بتكرار قدره (٩٣) بنسبة (٦٢٪) ومتوسط قدره (١٠,٣) ، وفي المرتبة الرابعة جاءت المسابقة بتكرار بلغ (٧٩) ، بنسبة (٥٢٪) ، ومتوسط قدره (٨,٧) ، والمرتبة الخامسة جاءت الدراما بتكرار بلغ (٧٤) ، بنسبة (٣٩,٣٪) ، بمتوسط قدره (٨,٢) ، وفي المرتبة السادسة جاء المسلسل الديني بتكرار قدره (٦٧) ، بنسبة (٤٢,٦٪) ، بمتوسط (٧,٤) ، وفي المرتبة السابعة جاءت المجلة بتكرار بلغ (٦٦) ، بنسبة (٤٤٪) ، بمتوسط (٧,٣) ، وفي المرتبة الثامنة جاءت التمثيلية بتكرار (٦٥) وبنسبة (٤٣,٣٪) ، بمتوسط (٧,٢) ، وفي المرتبة التاسعة جاء الفيلم بتكرار بلغ (٦١) ، بنسبة (٤٠,٦٪) ، بمتوسط (٦,٧) .

ويلاحظ أن الندوة بمشاركة جمهور خارجي على الهواء مباشرة تحظى باهتمام كبير من قبل الذكور السعوديين – عينة الدراسة – وهذا النوع يلقى إقبالاً كبيراً من قبل المشاهدين ، حيث يتيح للمشاهد الاستفسار والمشاركة في الرأي وطرح بعض الأسئلة على ضيوف البرنامج ، وقد شرعت أغلب القنوات الفضائية العربية في اعتماد هذا الشكل من أشكال البرامج وغيره من الأشكال التي تتيح للمشاهد المشاركة على الهواء مباشرة ، وما يؤكد ذلك أن هناك اتصالات هاتفية على البرامج الخاصة بالفتاوى أو المقابلات أو الندوات الدينية التي تكون على الهواء مباشرة من شتى بقاع الأرض للاستفسار والمشاركة ، خاصة أن تقنيات الإعلام اليوم تتيح مثل ذلك الاتصال .

(ب) الإناث السعوديات :

المعلومات الأولية لعينة الدراسة :

(١) السن أو العمر للإناث السعوديات عينة الدراسة :

جدول رقم (٣١)

الرقم	العمر	التكرار	النسبة المئوية
١	من ٢٠ – ٢٩ سنة	٤٥	٣٠٪
٢	من ٣٠ – ٣٩ سنة	٦٩	٤٦٪
٣	من ٤٠ – ٤٩ سنة	٢٢	١٤,٧٪
٤	من ٥٠ – ٥٩ سنة	١٠	٦,٧٪
٥	من ٦٠ سنة فأكثر	٤	٢,٧٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يظهر الجدول السابق تفاوتًا في نسبة أعمار الإناث السعوديات عينة الدراسة ، حيث بلغت حالات أعمارهن (١٥٠) مفردة مثلت فئة من (٢٠ – ٢٩) سنة نسبة (٣٠٪) ، بتكرار (٤٥) ، وفئة من (٣٠–٣٩) سنة نسبة (٤٦٪) ، بتكرار (٦٩) ، وفئة من (٤٠ – ٤٩) سنة نسبة (١٤,٧٪) ، بتكرار (٢٢) ، وفئة من (٥٠ – ٥٩) سنة بتكرار (١٠) حالات ونسبة (٦,٧٪) ، وفئة من (٦٠سنة فأكثر) بتكرار (٤) ، وبنسبة (٢,٧٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق ، ارتفاع نسبة فئة من (٣٠– ٣٩) سنة وهو أمر طبيعي إذ أن أغلب أفراد العينة من قطاعات حكومية وخاصة ، والغالبية فيها تتراوح أعمارهن مابين الفئات الثلاث الأُوَل ، وإن سجلت العينة أعلى نسبة للفئة الثانية التي تعد أوسط الأعمار في العينة .

(٢) الحالة الاقتصادية للإناث السعوديات عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٣٢)

الرقم	الحالة الاقتصادية	التكرار	النسبة المئوية
١	عالية	١١	٧,٣٪
٢	فوق المتوسطة	٧٦	٥٠,٧٪
٣	المتوسطة	٥٩	٣٩,٣٪
٤	تحت المتوسطة	٣	٢٪
٥	منخفضة	١	٠,٧٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يتضح من الجدول السابق أن الحالة الاقتصادية للإناث السعوديات – عينة الدراسة – على النحو الآتي : العالية نسبتها (٧,٣٪) ، وبتكرار (١١) ، وفوق المتوسطة بنسبة (٥٠,٧٪) وتكرار (٧٦) ، والمتوسطة بتكرار (٥٩) بنسبة (٣٩,٣٪) ، وتحت المتوسطة بتكرار (٣) بنسبة (٢٪) ، والمنخفضة فـــهي حـــالة واحدة فقط بنسبة (٠,٧٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن الحالة فوق المتوسطة سجلت أعلى نسبة ، وذلك يرجع للحالة الاقتصادية الجيدة التي تعيشها المملكة العربية السعودية ، والعينة توجهت إلى قطاعات وظيفية يفترض فيها حالة اقتصادية جيدة ، إذ أن أغلب أفراد العينة جاءت حالتهن الاقتصادية إما : متوسطة ، أو فوق المتوسطة ؛ وهذا أمر طبيعي .

(٣) الحالة الاجتماعية للإناث السعوديات_عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٣٣)

الرقـم	*الحالة الإجتماعية*	التكرار	النسبة المئوية
١	متزوجة	٩٨	٪٦٥,٣٪
٢	عزبة	٣٩	٪٢٦
٣	مطلقة	١٠	٪٦
٤	أرملة	٣	٪٢
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

يوضح الجدول السابق تفاوت الحالة الاجتماعية للإناث السعوديات – عينة الدراسة – حيث جاء ت حالة المتزوجات لدى الإناث السعوديات بتكرار (٩٨) بنسبة (٦٥,٣٪) وأما الحالة الاجتماعية للعزبات فكانت بتكرار (٣٩) بنسبة (٢٦٪) ، والحالة الاجتماعية للمطلقات منهن جاء ت بتكرار (١٠) بنسبة (٦٪) والحالة الاجتماعية للأرامل منهن بتكرار (٣) بنسبة (٢٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق ارتفاع نسبة المتزوجات من الإناث السعوديات – عينة الدراسة – ، وهذا الأمر مرجعه طبيعة المجتمع السعودي الملتزم بتعاليم دينه الذي يحث على الزواج وتكوين الأسرة .

(٤) الحالة التعليمية للإناث السعوديات_عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٣٤)

الرقـم	*الحالة التعليمية*	التكرار	النسبة المئوية
١	تعليم عال	١٨	١٢٪
٢	جامعي	٩١	٦٠,٧٪
٣	ثانوي	٣١	٢٠,٧٪
٤	متوسط	٧	٤,٧٪
٥	ابتدائي	٣	٢,٪
٦	أمي	٠	٠٠٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

تفاوتت الحالة التعليمية بين الإناث السعوديات – عينة الدراسة – حيث جاء التعليم العالي عند الإناث السعوديات بتكرار (١٨) بنسبة (١٢٪) ، أما التعليم الجامعي فكان بتكرار (٩١) بنسبة (٦٠,٧٪) ، والمرحلة الثانوية جاء ت بتكرار (٣١) بنسبة (٢٠,٧٪) ، والمرحلة المتوسطة فجاءت بتكرار (٧) بنسبة (٤,٧٪) ، والمرحلة الابتدائية جاءت بتكرار (٣) فقط بنسبة (٢٪) ، والأميات فلا يوجد مبحوثات بينهن . ويلاحظ هنا ارتفاع المستوى التعليمي عند الإناث السعوديات – عينة الدراسة – بشكل عام ، وإن مثلت المرحلة الجامعية أعلى نسبة ويرجع ذلك للنهضة التعليمية التي تعيشها المملكة العربية السعودية ، وإلى أن العينة شملت مؤسسات حكومية وخاصة ويوجد بها فئة كبيرة ممن لديهن شهادات جامعية .

(٥) المهنة أو العمل لدى الإناث السعوديات :

جـــدول رقـــم (٣٥)

الرقم	المهنة	التكرار	النسبة المئوية
١	طالبة	٢٣	١٥,٣٪
٢	وظيفة حكومية	١٠٤	٦٩,٣٪
٣	وظيفة قطاع خاص	١٨	١٢٪
٤	عمل حر	٥	٣,٣٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يظهر الجدول السابق التفاوت في المهن بين الإناث السعوديات – عينة الدراسة – حيث إن الطالبات بلغ تكرارهن (٢٣) بنسبة (١٥,٣٪) ، والموظفات الحكوميات كانت بتكرار (١٠٤) بنسبة (٦٩,٣٪) ، وموظفات القطاع الخاص بتكرار (١٨) بنسبة (١٢٪) ، والعمل الحر بتكرار (٥) بنسبة (٣,٣٪) ، ولعل ارتفاع نسبة العاملات في الحكومة هو لطرح الاستمارة على المؤسسات الحكومية والخاصة .

وأغلب تمركز الموظفات السعوديات كان في القطاع الحكومي مثل : التعليم والصحة حيث إن هذه القطاعات هي من أنسب المرافق التي يمكن للمرأة السعودية أن تعمل بها لطبيعة مجتمعنا السعودي المحافظ .

(٦) تفضيلات الإناث السعوديات – عينة الدراسة – للقنوات الفضائية العربية.

جـــدول رقم (٣٦)

الرقم	القنوات الفضائية العربية	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	قناة الجزيرة	١٠١	٤٩	١٥٠	٦٧,٣٪	١١,٥	الأولى
٢	قناة الشارقة	٩٨	٥٢	١٥٠	٦٥,٣٪	١٠,٨	الثانية
٣	قناة الشرق الأوسط	٨٩	٦١	١٥٠	٥٩,٣٪	٩,٨	الثالثة
٤	قناة مصر	٨٥	٦٥	١٥٠	٥٦,٦٪	٩,٤	الرابعة
٥	قناة دبي	٨٠	٧٠	١٥٠	٥٣,٣٪	٨,٨	الخامسة
٦	قناة أبو ظبي	٧٦	٧٤	١٥٠	٥٠,٦٪	٨,٤	السادسة
٧	قناة المنوعات	٧٣	٧٧	١٥٠	٤٨,٦٪	٨,١	السابعة
٨	قناة البحرين	٥٣	٩٧	١٥٠	٣٥,٣٪	٥,٨	الثامنة
٩	السعودية (ق١)	٤٩	١٠١	١٥٠	٣٢,٦٪	٥,٤	التاسعة
١٠	عُمان	٤٣	١٠٧	١٥٠	٢٨,٦٪	٤,٧	العاشرة
١١	سوريا	٤٠	١١٠	١٥٠	٢٦,٦٪	٤,٤	الحادية عشرة

تابع تفضيلات الإناث السعوديات عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية .

جـــدول رقم (٣٧)

الرقم	القنوات الفضائية العربية	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١٢	اللبنانية (L.B.C)	٣٣	١١٧	١٥٠	٪٢٢	٣,٦	الثانية عشرة
١٣	اليمن	٢٨	١٢٢	١٥٠	٪١٨,٦	٣,١	الثالثة عشرة
١٤	المستقبل اللبنانية	١٩	١٣١	١٥٠	٪١٢,٦	٢,١	الرابعة عشرة
١٥	اقرأ	١٦	١٣٤	١٥٠	٪١٠,٦	١,٧	الخامسة عشرة
١٦	الكويت	١٤	١٣٦	١٥٠	٪٩,٣	١,٥	السادسة عشرة
١٧	الأردن	٣	١٤٧	١٥٠	٪٢	٠,٣	السابعة عشرة
١٨	عجمان	٢	١٤٨	١٥٠	٪١,٣	٠,٢	الثامنة عشرة
١٩	ليبيا	٢	١٤٨	١٥٠	٪١,٣	٠,٢	التاسعة عشرة
٢٠	المغرب	١	١٤٩	١٥٠	٪٠,٦	٠,١	العشرون
٢١	الجزائر	١	١٤٩	١٥٠	٪٠,٦	٠,١	الإحدى والعشرون
٢٢	تونس	–	١٥٠	١٥٠	٪٠,٠	٠,٠	الثانية والعشرون

يشير الجدولان السابقان إلى تفضيلات الإناث السعوديات -عينة الدراسة- للقنوات الفضائية العربية ، فقد جاءت قناة الجزيرة في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (١١,٥) بنسبة (٦٧,٣٪) ، وبتكرار (١٠١) ، ثم جاءت قناة الشارقة في المرتبة الثانية بمتوسط (١٠,٨) بنسبة (٦٥,٣٪) ، وبتكرار (٩٨) ، وفي المرتبة الثالثة جاء تلفزيون الشرق الأوسط بمتوسط (٩,٨) بنسبة (٥٩,٣٪) ، وبتكرار (٨٩) ، وفي المرتبة الرابعة جاءت الفضائية المصرية بمتوسط قدره (٩,٤) ، وبنسبة (٥٦,٦٪) ، وبتكرار (٨٥) ، وجاءت قناة دبي الفضائية في المرتبة الخامسة بمتوسط (٨,٨) ، بنسبة (٥٣,٣٪) ، وبتكرار (٨٠) ، وفي المرتبة السادسة جاءت قناة أبو ظبي بمتوسط (٨,٤) بنسبة (٥٠,٦٪) ، وبتكرار (٧٦) ، وجاءت قناة المنوعات بتلفزيون العرب في المرتبة السابعة بمتوسط وقدره (٨,١) بنسبة (٤٨,٦٪) ، وبتكرار (٧٣) ، وفي المرتبة الثامنة جاءت قناة البحرين بمتوسط (٥,٨) بنسبة (٣٥,٣٪) ، وبتكرار (٥٣) ، وجاءت القناة الأولى في تلفزيون المملكة العربية السعودية في المرتبة التاسعة بمتوسط (٥,٤) بنسبة (٣٢,٦٪) ، وبتكرار (٤٩) ، وفي المرتبة العاشرة قناة عُمان بمتوسط (٤,٧) بنسبة (٢٨,٦٪) ، وبتكرار (٤٣) ، وفي المرتبة الحادية عشرة جاءت قناة سوريا بمتوسط (٤,٤) بنسبة (٢٦,٦٪) ، وبتكرار (٤٠) ، وجاءت القناة اللبنانية (L.B.C) في المرتبة الثانية عشرة بمتوسط (٣,٦) بنسبة (٢٢٪) ، وبتكرار (٣٣) ، وفي المرتبة الثالثة عشرة جاءت قناة اليمن الفضائية بمتوسط (٣,١) بنسبة (١٨,٦٪) ، وبتكرار (٢٨) ، وفي المرتبة الرابعة عشرة جاءت قناة المستقبل اللبنانية الفضائية بمتوسط (٢,١) بنسبة (١٢,٦٪) ، وبتكرار (١٩) ، وفي المرتبة الخامسة عشرة جاءت قناة اقرأ الفضائية بمتوسط (١,٧) بنسبة (١٠,٦٪) وبتكرار (١٦) ، وفي المرتبة السادسة عشرة جاءت قناة الكويت الفضائية بمتوسط (١,٥) بنسبة (٩,٣٪) ، وبتكرار (١٤) ، وفي المرتبة السابعة عشرة جاءت قناة الأردن الفضائية بمتوسط (٠,٣) بنسبة (٢٪) ، وبتكرار (٣) ، وفي المرتبة الثامنة عشرة جاءت قناة عجمان

الفضائية بمتوسط (٠,٢) بنسبة (١,٣٪) وبتكرار (٢) ، وفي المرتبة التاسعة عشرة جاءت قناة ليبيا بمتوسط (٠,٢) بنسبة (١,٣٪) ، وبتكرار (٢) ، وفي المرتبتين : العشرين والحادي والعشرين جاءت على التوالي قناتا : المغرب والجزائر الفضائيتان بمتوسط قدره (٠,١) لكل قناة بنسبة (٠,١٪) لكل قناة أيضاً ، وبتكرار (١) لكل قناة ، ولم يذكر شيء عن قناة تونس الفضائية .

ويلاحظ على الجدول السابق أن الإناث السعوديات –عينة الدراسة – يفضلن أكثر النواحي الإخبارية وذلك من خلال اختيارهن لقناة الجزيرة ، كما أظهرت الدراسة أن الإناث السعوديات – عينة الدراسة – يفضلن بعد ذلك النواحي الثقافية من خلال تفضيلاتهن لقناة الشارقة الفضائية والتي تتميز بالطابع الثقافي ، ثم جاء بعد ذلك اهتمام الإناث السعوديات – عينة الدراسة – بالنواحي الترفيهية ؛ إذ أن أغلب القنوات الأخرى عدا قناة إقرأ يغلب على برامجها النواحي الترفيهية ، وهذه التفضيلات تشير إلى مدى الوعي لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة – إذ أن النواحي الترفيهية كانت آخر الاهتمامات لهن الخاصة بمشاهدة الفضائيات العربية .

(٧) الفترة الزمنية المستغرقة في مشاهدة الفضائيات العربية في اليوم الواحد لدى الإناث السعوديات_عينة الدراسة :

جــدول رقـــم (٣٨)

الرقم	عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
١	ساعة واحدة	٣٤	٪٢٢,٧
٢	ساعتان	٤٧	٪٣١,٣
٣	ثلاث ساعات	٣٤	٪٢٢,٧
٤	أربع ساعات	١٧	٪١١,٣
٥	خمس ساعات	٥	٪٣,٣
٦	ست ساعات	٦	٪٤
٧	سبع ساعات	٧	٪٤,٧
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

يشير الجدول السابق إلى الفترة الزمنية المستغرقة في مشاهدة برامج الفضائيات العربية في اليوم الواحد لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة – ، فقد جاء ت فئة (ساعة واحدة) في اليوم بتكرار (٣٤) بنسبة (٢٢,٧٪) ، أما فئة (ساعتان)بتكرار (٤٧) ونسبة (٣١,٣٪) ، وفئة (ثلاث ساعات) بتكرار (٣٤) ، بنسبة (٢٢,٧٪) ، وفئة (أربع ساعات) بتكرار (١٧) بنسبة (١١,٣٪) ، وفئة (خمس ساعات) بتكرار (٥) ونسبة (٣,٣٪) ، وفئة (ست ساعات) بتكرار (٦) بنسبة (٤٪) ، وفئة (سبع ساعات) بتكرار (٧) ونسبة (٤,٧٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن أغلب فترات المشاهدة للقنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة – تراوحت من الساعة إلى الثلاث ساعات تقريباً ، وهذا معدل مقبول نسبياً .

(٨) تفضيلات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٣٩)

الرقم	البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	البرامج الدينية في قناة الشارقة	١٤١	٩	١٥٠	٪٩٤	١٥,٦	الأولى
٢	البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط	٣٨	١١٢	١٥٠	٪٢٥,٣	٤,٢	الثانية
٣	البرامج الدينية في قناة المنوعات	٢٦	١٢٤	١٥٠	٪١٧,٣	٢,٨	الثالثة
٤	البرامج الدينية في قناة الأردن	١٨	١٣٢	١٥٠	٪١٢	٢	الرابعة
٥	البرامج الدينية في قناة دبي	٣	١٤٧	١٥٠	٪٢	٠,٣	الخامسة
٦	البرامج الدينية في قناة مصر	١	١٤٥	١٥٠	٪٠,٦	٠,١	السادسة

يشير الجدول السابق إلى تفضيلات الإناث السعوديات – عينة الدراسة – للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فقد جاء ت البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية في المرتبة الأولى بتكرار بلغ (١٤١) ، وبمتوسط قدره (١٥,٦) بنسبة (٩٤٪) ، وفي المرتبة الثانية كانت البرامج الدينية في تلفزيون الشرق الأوسط بتكرار بلغ (٣٨) ، بمتوسط وقدره (٤,٢) بنسبة (٢٥,٣٪) ، وكانت البرامج الدينية بتلفزيون العرب في المرتبة الثالثة بتكرار(٥) وبمتوسط بلغ (٢,٨) بنسبة (١٧,٣٪) ، وجاءت البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية في المرتبة الرابعة وبتكرار (٣) بمتوسط قدره (٢) بنسبة (١٢٪) ، وفي المرتبة الخامسة كانت قناة دبي بتكرار (٣) وبمتوسط (٠,٣) وبنسبة (٢٪) ، وفي المرتبة السادسة جاءت البرامج الدينية في قناة مصر الفضائية بتكرار مرة واحدة بمتوسط بلغ (٠,١) بنسبة (٠,٦٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن قناة الشارقة الفضائية جاءت بأعلى متوسط وذلك يرجع إلى كثافة البرامج الدينية فيها ، إضافة إلى تميزها عن بقية القنوات الفضائية الأخرى فهي تعنى بالجوانب الدينية والثقافية وتوليها أكبر اهتمام في برامجها .

ويلاحظ أيضاً على الجدول السابق أن قناة الشارقة الفضائيسة ، وقناة الشرق الأوسط وقناة الأردن ، وقناة المنوعات بتلفزيون العرب خضعت برامجها الدينية لدراسة تحليلية ، أما قناة دبي الفضائية وقناة مصر الفضائية فقد كانتا ضمن اختيارات أخرى مفتوحة لعينة الدراسة .

(٩) فترة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد لدى الإناث السعوديات عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٤٠)

الرقـم	المدة الزمنية	التكرار	النسبة المئوية
١	أقل من ساعة	٩٩	٦٦٪
٢	ساعتان	٢٧	١٨٪
٣	ثلاث ساعات	٨	٥,٣٪
٤	أربع ساعات	١٢	٨٪
٥	خمس ساعات فأكثر	٤	٢,٧٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

من الجدول السابق يتضح أن هناك تفاوتًا في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة – فقد جاء ت فئة أقل من ساعة بتكرار بلغ (٩٩) بنسبة (٦٦٪) ، وفئة (ساعتان) بتكرار (٢٧) ونسبة (١٨٪) ، وفئة ثلاث ساعات بتكرار (٨) ونسبة (٥,٣١٪) ، وفئة أربع ساعات بتكرار (١٢) ونسبة (٨٪) وفئة خمس ساعات بتكرار (٤) ونسبة (٢,٧٪) .

وهذا يشير إلى قلة تعرض الإناث السعوديات للبرامج الدينية في الفضائيات العربية في اليوم الواحد ، إذا ماقورنت بساعات البث اليومي التي تصل الى (٢٤ساعة) في أغلب القنوات ، إضافة إلى تعدد القنوات الفضائية العربية .

(١٠) تأثير تعدد القنوات الفضائية في حجم الاستخدام لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٤١)

الرقـم	التأثير	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم يؤثر	٩٣	٪٦٢
٢	لا يؤثر	٤٩	٪٣٢,٧
٣	لا أدري	٨	٪٥,٣
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

بلغ تأثير تعدد القنوات الفضائية في حجم الاستخدام لدى الإناث السعوديات بتكرار (٩٣) وبنسبة (٦٢٪) ، وعدم التأثير بلغ تكراره (٤٩) وبنسبة (٣٢,٧٪) .
واللاتي لم يجبن (بنعم) أو (لا) بتكرار (٨) بنسبة (٥,٣٪) ، والجدول يشير إلى ارتفاع نسبة اللواتي يتأثرن في حجم استخدامهن نتيجة تعدد القنوات الفضائية العربية .

(١١) مقدار الزيادة والنقص في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات_عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٤٢)

الرقـم	زيادة أو نقص المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
١	زيادة المشاهدة	٨٨	٪٥٨,٧
٢	نقص المشاهدة	٥٣	٪٣٥,٣
٣	بدون إشارة لمقدار الزيادة أو النقص	٩	٪٦
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

بلـغ عدد الذين تزداد مشاهدتهن للبرامج الدينية من الإناث السعوديات عينة الدراسة في القنوات الفضائية العربية (٨٨) بنسبة (٥٨,٧٪) ، أما اللواتي تتناقص مشاهدتهن جاء بتكرار (٥٣) وبنسبة (٣٥,٣٪) ، ولم يشرن إلى مقدارالزيادة والتناقص (٩) فقط بنسبة (٦٪) ، وهذا يشير إلى ارتفاع نسبة اللواتي تزداد مشاهدتهن للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، وهذا أمر طبيعي يتوافق مع طبيعة مجتمعنا المتمسك بدينه .

(١٢) ترتيب أسباب زيادة المشاهدة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٤٣)

الرقـــم	السبب	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	لحاجة المشاهد إليها في معرفة الأحكام الشرعية	٦٧	٨٣	١٥٠	٥٠,٦٪	٧,٤	الأولى
٢	لزيادة الثقافة والمعرفة الدينية	٦٧	٨٣	١٥٠	٥٠,٦٪	٧,٤	الثانية
٣	استغلال الوقت في شيء مفيد	٥٩	٩١	١٥٠	٣٩,٣٪	٦,٥	الثالثة
٤	تقديمها حلولاً لمشكلات اجتماعية معاصرة	٥٨	٩٢	١٥٠	٣٨,٦٪	٦,٤	الرابعة
٥	استضافتها لعلماء ومفكرين على مستوى عال	٥٣	٩٧	١٥٠	٣٥,٣٪	٥,٨	الخامسة
٦	تطور أداء البرامج الدينية في القنوات الفضائية	٤٨	١٠٢	١٥٠	٣٢٪	٥,٣	السادسة
٧	تناولها قضايا معاصرة تهم الأمة الإسلامية	٤٧	١٠٣	١٥٠	٣١,٣٪	٥,٢	السابعة
٨	تحتوي على فتاوي وأحكام فقهية	٤٦	١٠٤	١٥٠	٣٠,٦٪	٥,١	الثامنة
٩	الهروب من برامج القنوات الفضائية الهابطة	٣٨	١١٢	١٥٠	٢٥,٣٪	٤,٢	التاسعة
١٠	كثرة البرامج الدينية في القنوات الفضائية	٢٠	١٣٠	١٥٠	١٣,٣٪	٢,٢	العاشرة
١١	لطرح بعض الأسئلة على العلماء من خلال المشاركة	١٣	١٣٧	١٥٠	٨,٦٪	١,٤	الحادية عشرة

يشير الجدول السابق إلى أسباب زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات عينة الدراسة ، فجاءت المرتبة الأولى لحاجة المشاهدة إليها في معرفة الأحكام الشرعية بتكرار (٦٧) بنسبة (٦ , ٥٠٪) بمتوسط (٧,٤) ، وفي المرتبة الثانية جاء سبب زيادة الثقافة والمعرفة الدينية بتكرار (٦٧) أيضاً ، بمتوسط (٧,٤) بنسبة (٦ , ٥٠٪) ، والمرتبة الثالثة جاء استغلال الوقت في شيء مفيد بتكرار (٥٩) بمتوسط بلغ (٦,٥) بنسبة (٣٩,٣٪) ، وفي المرتبة الرابعة لتقديم البرامج الدينية حلولاً لمشكلات اجتماعية معاصرة بتكرار (٥٨) بمتوسط (٦,٤) بنسبة (٣٨,٦٪) ، وفي المرتبة الخامسة استضافة البرامج الدينية لعلماء ومفكرين على مستوى عالٍ بتكرار (٥٣) بمتوسط (٥,٨) بنسبة (٣٥,٣٪) ، وفي المرتبة السادسة تطور أداء البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بتكرار (٤٨) بمتوسط بلغ (٥,٣) بنسبة (٣٢٪) ، والمرتبة السابعة تناول البرامج الدينية لقضايا معاصرة تهم الأمة الإسلامية بتكرار (٤٧) بمتوسط (٥.٢) بنسبة (٣١,٣٪) ، والمرتبة الثامنة احتواء البرامج الدينية على فتاوى وأحكام فقهية بتكرار (٤٦) بمتوسط بلغ (٥,١) بنسبة (٣٠,٦٪) ، وفي المرتبة التاسعة الهروب من برامج القنوات الفضائية الهابطة بتكرار (٣٨) بمتوسط (٤,٢) بنسبة (٢٥,٣٪) ، وفي المرتبة العاشرة كثرة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بتكرار (٢٠) بمتوسط (٢,٢) بنسبة (١٣,٣٪) ، وفي المرتبة الحادية عشرة لطرح بعض الأسئلة على العلماء من خلال المشاركة بتكرار (١٣) بمتوسط بلغ (١,٤) بنسبة (٨,٦٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن الإناث السعوديات – عينة الدراسة – يرغبن في زيادة ثقافتهن الدينية ومعرفة الأحكام الشرعية وذلك من خلال ارتفاع نسبة هذين السببين ، وهذا أمر طبيعي يشير إلى الحرص على المحافظة على شؤونهن الدينية ، كما أن الدراسة أشارت إلى تقارب نسب الأسباب الأخرى تقريباً .

(١٣) ترتيب أسباب تناقص المشاهدة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٤٤)

الرقم	السبب	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	وقت البرامج الدينية لايتناسب مع وقت الفراغ	٤٢	١٠٨	١٥٠	٪٢٨	٤,٦	الأولى
٢	الاهتمام بالبرامج الدينية دون المستوى المطلوب	٢٩	١٢١	١٥٠	٪١٩,٣	٣,٢	الثانية
٣	لا تقدم حلولاً للمشكلات الإجتماعية	٢٧	١٢٣	١٥٠	٪١٨	٣	الثالثة
٤	المفكرون والعلماء دون المستوى المطلوب	٢٦	١٢٤	١٥٠	١٧,٣	٢,٨	الرابعة
٥	لا تعد مصدراً من مصادر تلقي الثقافة الدينية	٢٥	١٢٥	١٥٠	١٦,٦	٢,٧	الخامسة
٦	تقديم بعض الفضائيات برامج منوعة مغرية	٢٤	١٢٦	١٥٠	٪١٦	٢,٦	السادسة
٧	عدم الوثوق في مصداقيتها	٢٤	١٢٦	١٥٠	٪١٦	٢,٦	السابعة
٨	لاتهتم بقضايا إسلامية معاصرة وتناقشها	١٢	١٣٨	١٥٠	٪٨	١,٣	الثامنة
٩	عدم وجود رعاية كافية للبرنامج الديني	١	١٤٩	١٥٠	٪٦	٠,١	التاسعة

يشير الجدول السابق إلى ترتيب أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات - عينة الدراسة - ، فجاءت المرتبة الأولى لسبب أن وقت البرامج الدينية لا يتناسب مع وقت الفراغ بتكرار (٤٢) بمتوسط (٤,٦) وبنسبة (٢٨٪) ، وهذا ماأثبتته الدراسة التحليلية فأغلب البرامج الدينية في غير أوقات الذروة ، والمرتبة الثانية جاء السبب أن الاهتمام بالبرامج الدينية دون المستوى المطلوب بتكرار (٢٩) ، بمتوسط (٣,٢) وبنسبة (١٩,٣٪) ، والمرتبة الثالثة جاء سبب أنها لاتقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية بتكرار (٢٧) بمتوسط (٣) بنسبة (١٨٪) ، وفي المرتبة الرابعة جاء سبب عدم اعتبار البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية مصدراً من مصادر تلقي الثقافة الدينية بتكرار (٢٦) وبمتوسط (٢,٨) وبنسبة (١٧,٣٪) ، وفي المرتبة الخامسة جاء سبب أن المفكرين والعلماء فيها دون المستوى المطلوب بتكرار (٢٥) ، ومتوسط (٢,٧) بنسبة (١٦.٦٪) ، وفي المرتبة السادسة جاء سبب تقديم بعض القنوات الفضائية العربية برامج منوعة ومغرية بتكرار (٢٤) بمتوسط (٢,٦) وبنسبة (١٦٪) . وفي المرتبة السابعة جاء سبب عدم الوثوق في مصداقيتها بتكرار (٢٤) بمتوسط (٢,٦) وبنسبة (١٦٪) ، وفي المرتبة الثامنة أنها لاتهتم بقضايا إسلامية معاصرة وتناقشها بتكرار (١٢) وبنسبة (٨٪) ، وفي المرتبة التاسعة جاء سبب عدم وجود رعاية كافية للبرنامج الديني بتكرار (١) ، بمتوسط (٠,١) وبنسبة (٠,٦٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن جميع أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات جاءت بنسب متقاربة نسبياً عدا السببين الأخيرين .

كما يلاحظ ارتفاع نسبة السبب الأول والخاص بالفترة التي تبث فيها البرامج الدينية التي أغلب ماتكون في غير فترات الذروة .

(١٤) تفضيلات أشكال البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات :

جـــدول رقم (٤٥)

الرقم	الشـــكل	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	المقابلة	١٣٠	٢٠	١٥٠	٪٨٦,٦	١٤,٤	الأولى
٢	الحديث	١٢٧	٢٣	١٥٠	٪٨٤,٦	١٤,١	الثانية
٣	الندوة	١٠٦	٤٤	١٥٠	٪٧٠,٦	١١,٧	الثالثة
٤	الدراما	٩٢	٥٨	١٥٠	٪٦١,٣	١٠,٢	الرابعة
٥	الفيلم	٨٤	٦٦	١٥٠	٪٥٦	٩,٣	الخامسة
٦	المجلة	٦٣	٨٧	١٥٠	٪٤٤	٧	السادسة
٧	التمثيلية	٦١	٨٩	١٥٠	٪٤٠,٦	٦,٧	السابعة
٨	المسلسل	٥٧	٩٣	١٥٠	٪٣٨	٦,٣	الثامنة
٩	المسابقة	٥٦	٩٤	١٥٠	٪٣٧,٣	٦,٢	التاسعة

أشار الجدول السابق إلى تفضيلات أشكال البرامج في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات ، فقد جاء ت المقابلة في المرتبة الأولى بمتوسط (١٤,٤) بنسبة (٨٦,٦٪) ، وبتكرار (١٣٠) ، وجاء الحديث في المرتبة الثانية بمتوسط (١٤,١) بنسبة (٨٤,٦٪) ، وبتكرار (١٢٧) ، وفي المرتبة الثالثة جاءت الندوة بمتوسط (١١,٧) بنسبة (٧٠,٦٪) ، وبتكرار (١٠٦) ، وفي المرتبة الرابعة جاء ت الدراما بمتوسط (١٠,٢) بنسبة (٦١,٣٪) ، وبتكرار (٩٢) ، وجاء الفيلم في المرتبة الخامسة بمتوسط (٩,٣) بنسبة (٥٦٪) ، وبتكرار (٨٤) ، وفي المرتبة السادسة جاء ت المجلة بمتوسط (٧) بنسبة (٤٤٪) ، وبتكرار (٦٣) ، وجاءت التمثيلية في المرتبة السابعة بمتوسط (٦,٧) بنسبة (٤٠,٦٪) ، وبتكرار (٦١) ، وفي المرتبة الثامنة المسلسل بمتوسط (٦,٣) بنسبة (٣٨٪) ، وبتكرار (٥٧) ، وجاء ت المسابقة في المرتبة التاسعة بمتوسط (٦,٢) بنسبة (٣٧,٣٪) ، وبتكرار (٥٦) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن المقابلة والحديث كانا من بين أبرز الأشكال المفضلة لدى الإناث السعوديات وهي أشكال تقليدية وأكثر الأشكال مناسبة للبرامج الدينية ، ثم بعد ذلك الندوة والدراما أيضاً مثلتا نسباً متقاربة نسبياً كأشكال مفضلة لدى الإناث السعوديات ، إلا أن الندوة خاصة إذا كانت على الهواء بمشاركة جمهور خارجي تكون ذا فاعلية أكثر ، وهذا النوع من الاتصال يمكن من معرفة ردة الفعل ، ويستطيع المتلقي مناقشة الأفكار مع المرسل .

-المطلب الثاني : الجمهور العربي :

(أ) الذكور العرب :

المعلومات الأولية للذكور العرب عينة الدراسة :

(١) السن أو العمر : جـــدول رقـــم (٤٦)

الرقم	العمر	التكرار	النسبة المئوية
١	من ٢٠ – ٢٩ سنة	٢٨	١٨,٧٪
٢	من ٣٠ – ٣٩ سنة	٤٨	٣٢٪
٣	من ٤٠ – ٤٩ سنة	٥٠	٣٣,٣٪
٤	من ٥٠ – ٥٩ سنة	٢٢	١٤,٧٪
٥	من ٦٠ سنة فأكثر	٢	١,٣٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق من المعلومات الأولية للذكور العرب إلى تفاوت أعمارهم حيث جاءت فئـة (٢٠ – ٢٩) بتكرار (٢٨) بنسبـة (١٨,٧٪) ، وفئـــة من (٣٠-٣٩) جاءت بتكرار (٤٨) بنسبة (٣٢٪) ، وفئة من (٤٠ – ٤٩) جاءت بتكرار (٥٠) بنسبة (٣٣,٣٪) ، وفئة من (٥٠ – ٥٩) جاءت بتكرار (٢٢) بنسبة (١٤,٧٪) ، وفئة من (٦٠ سنة فأكثر بلغت حالتان فقط بنسبة (١,٣٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق تقارب نسب الفئتين من (٣٠ – ٣٩) ومن (٤٠-٤٩) ، كما أنهما مثلتا أعلى نسبة ، وهذا أمر طبيعي إذ أن الوافدين للعمل في المملكة العربية السعودية من العرب معظمهم من الخبرات التي تتراوح أعمارهم بين هذا المتوسط ، وهذا يشير إلى أن الخبرات الوافدة لدينا ذات نشاط وفاعلية .

(٢) الحالة الاقتصادية للذكور العرب عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٤٧)

الرقـم	الحالة الاقتصادية	التكرار	النسبة المئوية
١	عالية	٢٢	١٤,٧٪
٢	فوق المتوسطة	٣٨	٢٥,٣٪
٣	المتوسطة	٧٦	٥٠,٧٪
٤	تحت المتوسطة	١٠	٦,٧٪
٥	منخفضة	٤	٢,٧٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يظهر الجدول السابق الحالة الاقتصادية للذكور العرب : حيث جاء ت الحالة العالية بتكرار (٢٢) وبنسبة (١٤,٧٪) ، وفوق المتوسطة بتكرار (٣٨) ونسبة (٢٥,٣٪) ، والمتوسطة بتكرار (٧٦) ونسبة (٥٠,٧٪) ، وتحت المتوسطة بتكرار(١٠) ونسبة (٦,٧٪) ، والمنخفضة بتكرار(٤) ونسبة (٢,٧٪) ، ويلاحظ هنا ارتفا ع نسبة الحالة المتوسطة مما يشير إلى الحالة الاقتصادية الجيدة للوافدين للعمل لدينا .

(٣) الحالة الاجتماعية للذكور العرب عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٤٨)

الرقـم	الحالة الإجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
١	متزوج	١١٠	٧٣,٣٪
٢	أعـزب	٣٠	٢٠٪
٣	مطلق	٤	٢,٧٪
٤	أرمـل	٦	٤٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى تكرارات الحالة الاجتماعية لدى الذكور العرب عينة الدراسة ، ويتضح أن الحالة الاجتماعية للمتزوجين من الذكور العرب جاءت بتكرار (١١٠) ونسبة (٧٣,٣٪) ، وفئة العزاب منهم بتكرار (٣٠) ونسبة (٢٠٪) ، وفئة المطلقين من الذكور العرب بتكرار (٤) ونسبة (٢,٧٪) ، والأرامل من الذكور العرب بتكرار (٦) ونسبة (٤٪) . ويلاحظ هنا ارتفاع نسبة المتزوجين ، وذلك يرجع إلى طبيعة المجتمع العربي الذي يسعى إلى تكوين الأسرة التي حث على بنائها ديننا الحنيف .

(٤) الحالة التعليمية لدى الذكور العرب عينة الدراسة :

جدول رقم (٤٩)

الرقم	الحالة التعليمية	التكرار	النسبة المئوية
١	تعليم عالٍ	٢٠	١٣,٣٪
٢	جامعي	٦٠	٤٠٪
٣	ثانوي	٤٦	٣٠,٧٪
٤	متوسط	١٦	١٠,٧٪
٥	ابتدائي	٨	٥,٣٪
٦	أمي	٠	٠,٠٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

تفاوتت نسبة الحالة التعليمية بين الذكور العرب – عينة الدراسة – كما جاء في الجدول السابق ، فقد جاء التعليم العالي بتكرار (٢٠) وبنسبة (١٣,٣٪) ، والتعليم الجامعي جاء بتكرار (٦٠) بنسبة (٤٠٪) ، والمرحلة الثانوية جاءت بتكرار (٤٦) بنسبة (٣,٧٪) ، والمرحلة المتوسطة جاء ت بتكرار (١٦) بنسبة (١٠,٧٪) ، والمرحلة الابتدائية جاء ت بتكرار(٨) ونسبة (٥,٣٪) ولم يوجد أمي إطلاقاً بين أفراد العينة ، ويلاحظ على الجدول السابق ارتفاع نسبة المرحلة الجامعية مما يشير إلى اعتماد المؤسسات والشركات على كفاءات تعليمية جيدة .

(٥) المهنة أو العمل لدى الذكور العرب-عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٥٠)

الرقـم	المهنة	التكرار	النسبة المئوية
١	طالب	٦	٤٪
٢	وظيفة حكومية	٥٦	٣٧,٣٪
٣	وظيفة قطاع خاص	٧٠	٤٦,٧٪
٤	عمل حر	١٨	١٢٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يظهر الجدول السابق تفاوت المهن بين الذكور العرب – عينة الدراسة – حيث جاء ت فئة طالب بتكرار (٦) ونسبة (٤٪) ، وفئة الوظيفة الحكومية بتكرار (٥٦) ونسبة (٣٧,٣٪) ، وفئة وظيفة القطاع الخاص بتكرار (٧٠) ونسبة (٤٦,٧٪) ، وفئة عمل حر (١٨) بنسبة (١٢٪) .

ويلاحظ زيادة نسبة العاملين في القطاع الخاص ، وهذا أمر طبيعي مع وضع العمالة غير السعودية في المملكة العربية السعودية ، كما أن ارتفاع نسبة العمال والموظفين العرب في القطاع الخاص وانخفاضها نسبياً في القطاعات الحكومية ، وذلك نتيجة خطط التنمية في المملكة العربية السعودية والتي ترمي إلى سعودة الوظائف في كل القطاعات تدريجياً .

(٦) تفضيلات الذكور العرب عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية :

جـــدول رقم (٥١)

الرقـــم	القنوات الفضائية العربية	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	قناة الجزيرة	١٢٢	٢٨	١٥٠	٨١,٣٪	١٣,٥	الأولى
٢	قناة الشرق الأوسط	١١٠	٤٠	١٥٠	٧٣,٣٪	١٢,٢	الثانية
٣	قناة مصر	٧٤	٧٦	١٥٠	٤٩,٣٪	٨,٢	الثالثة
٤	قناة دبي	٧٢	٧٨	١٥٠	٤٨٪	٨	الرابعة
٥	قناة أبو ظبي	٦٠	٩٠	١٥٠	٤٠٪	٦,٦	الخامسة
٦	قناة المنوعات	٦٠	٩٠	١٥٠	٤٠٪	٦,٦	السادسة
٧	قناة المستقبل	٥٦	٩٤	١٥٠	٣٧,٣٪	٦,٢	السابعة
٨	اللبنانية (L.B.C)	٥٤	٩٦	١٥٠	٣٦٪	٦	الثامنة
٩	قناة الشارقة	٥٤	٩٦	١٥٠	٣٦٪	٦	التاسعة
١٠	قناة الكويت	٤٥	١٠٥	١٥٠	٣٠٪	٥	العاشرة
١١	قناة البحرين	٣٠	١٢٠	١٥٠	٢٠٪	٣,٣	الحادية عشرة

تابع تفضيلات الذكور العرب عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية :

جـــدول رقم (٥٢)

الرقم	القنوات الفضائية العربية	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١٢	قناة سوريا	٣٠	١٢٠	١٥٠	٢٠٪	٣,٣	الثانية عشرة
١٣	قناة اليمن	٢٢	١٢٨	١٥٠	١٤.٦٪	٢,٤	الثالثة عشرة
١٤	قناة الأردن	٢٢	١٢٨	١٥٠	١٤,٦٪	٢,٤	الرابعة عشرة
١٥	قناةاقرأ	٢٠	١٣٠	١٥٠	١٣,٣٪	٢,٢	الخامسة عشرة
١٦	قناة عجمان	١٦	١٣٤	١٥٠	١٠,٦٪	١,٧	السادسة عشرة
١٧	قناة السودان	١٦	١٣٤	١٥٠	١٠,٦٪	١.٧	السابعة عشرة
١٨	قناة المغرب	١٤	١٣٦	١٥٠	٩,٣٪	١,٥	الثامنة عشرة
١٩	قناة ليبيا	٦	١٤٤	١٥٠	٤٪	٠,٦	التاسعة عشرة
٢٠	السعودية (ق١)	٤	١٤٦	١٥٠	٢,٦٪	٠,٤	العشرون
٢١	قناة تونس	–	١٥٠	١٥٠	–	–	الحادية والعشرون
٢٢	قناة الجزائر	–	١٥٠	١٥٠	–	–	الثانية والعشرون

أشار الجدولان السابقان إلى تفضيلات الذكور العرب – عينة الدراسة – للقنوات الفضائية العربية ، فقد جاء ت قناة الجزيرة في المرتبة الأولى بمتوسط بلغ (١٣,٥) بنسبة (٨١,٣٪) ، وبتكرار بلغ (١٢٢) ، وفي المرتبة الثانية جاء تلفزيون الشرق الأوسط بمتوسط (١٢,٢) بنسبة (٧٣,٣٪) وبتكرار (١١٠) ، وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة مصر الفضائية بمتوسط (٨,٢) بنسبة (٤٩,٣٪) ، وبتكرار (٧٤) ، وفي المرتبة الرابعة جاءت قناة دبي الفضائية بمتوسط (٨) بنسبة (٤٨٪) ، وبتكرار (٧٢) ، وفي المرتبة الخامسة جاءت قناة أبو ظبي الفضائية بمتوسط (٦,٦) بنسبة (٤٠٪) ، وبتكرار (٦٠) ، وفي المرتبة السادسة جاءت قناة المنوعات بتلفزيون العرب بمتوسط (٦,٦) بنسبة (٤٠٪) ، وبتكرار (٦٠) ، وفي المرتبة السابعة جاء ت قناة المستقبل بمتوسط (٦,٢) بنسبة (٣٧,٣٪) ، وبتكرار (٥٦) ، وفي المرتبة الثامنة جاء ت قناة (L.B.C) اللبنانية بمتوسط وقدره (٦) بنسبة (٣٦٪) ، وبتكرار (٥٤) ، وجاءت قناة الشارقة الفضائية في المرتبة التاسعة بمتوسط (٦) بنسبة (٣٦٪) ، وبتكرار (٥٤) ، وفي المرتبة العاشرة جاء ت قناة الكويت الفضائية بمتوسط (٥) بنسبة (٣٠٪) ، وبتكرار (٤٥) ، وفي المرتبة الحادية عشرة جاء ت قناة البحرين الفضائية بمتوسط (٣,٣) بنسبة (٢٠٪) ، وبتكرار (٣٠) ، وفي المرتبة الثانية عشرة جاء ت قناة سوريا بمتوسط (٣,٣) بنسبة (٢٠٪) وبتكرار (٣٠) ، وجاء ت قناة اليمن الفضائية في المرتبة الثالثة عشرة بمتوسط (٢,٤) بنسبة (١٤,٦٪) ، وبتكرار (٢٢) ، وجاء ت قناة الأردن الفضائية العربية في المرتبة الرابعة عشرة بمتوسط (٢,٤) بنسبة (١٤,٦٪) ، وبتكرار (٢٢) ، وفي المرتبة الخامسة عشرة جاء ت قناة اقرأ الفضائية بمتوسط (٢,٢) بنسبة (١٣,٣٪) ، وبتكرار (٢٠) ، وفي المرتبتين ؛ السادسة عشرة والسابعة عشرة على التوالي قناتا : عجمان والسودان الفضائيتان بمتوسط بلغ (١,٧) لكل قناة وبنفس النسبة (١٠,٦٪) لكل قناة ، وبتكرار بلغ (١٦) لكل قناة .

وفي المرتبة الثامنة عشرة جاء ت قناة المغرب الفضائية بمتوسط (١,٥) بنسبة (٩,٣٪) ، وبتكرار (١٤) ، وفي المرتبة التاسعة عشرة قناة ليبيا فقد جاء ت بمتوسط (٠,٦) بنسبة (٤٪) ، وبتكرار (٦) ، وفي المرتبة العشرين جاء ت القناة الأولى في تلفزيون المملكة العربية السعودية بمتوسط (٠,٤) بنسبة (٢,٦٪) ، وبتكرار (٤) ، أما قناتا : تونس والجزائر الفضائيتان فلم يذكر عنهما شيء .

ويلاحظ على الجدولين السابقين أن الذكور العرب المقيمين في المملكة العربية السعودية يهتمون بالنواحي الإخبارية أولاً ، وذلك من خلال تفضيلاتهم لقناتي :الجزيرة والشرق الأوسط الفضائيتين ، ثم بعد ذلك يهتمون بالنواحي الترفيهية وذلك من خلال تفضيلاتهم لقنوات : مصر ودبي والمنوعات وأبو ظبي والمستقبل اللبنانية ؛ وهذه القنوات الغالب على برامجها الطابع الترفيهي ، وربما يرجع ذلك إلى الهروب من ضغوط الاغتراب وساعات العمل ، ثم بعد ذلك جاء الاهتمام بالنواحي الثقافية وذلك من خلال تفضيلهم لقناة الشارقة الفضائية ، أما بقية القنوات فإنها تتوافق في نوعية البرامج تقريباً عدا قناة اقرأ ، والترتيب الذي جاء ت به يعد منطقياً .

(٧) الفترة الزمنية المستغرقة في مشاهدة الفضائيات العربية في اليوم الواحد لدى الذكور العرب_عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٥٣)

الرقم	عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
١	ساعة واحدة	٢٦	١٧,٣٪
٢	ساعتان	٤٦	٣٠,٧٪
٣	ثلاث ساعات	٣٤	٢٢,٧٪
٤	أربع ساعات	٢٢	١٤,٧٪
٥	خمس ساعات	١٦	١٠,٧٪
٦	ست ساعات	٢	١,٣٪
٧	سبع ساعات	٤	٢,٧٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى الفترة الزمنية المستغرقة في مشاهدة الفضائيات العربية في اليوم الواحد بالنسبة للذكور العرب – عينة الدراسة – ، فجاء ت فئة (ساعة واحدة) بتكرار (٢٦) ونسبة (١٧,٣٪) ، وفئة (ساعتان) بتكرار (٤٦) ونسبة (٣٠,٧٪) ، وفئة (ثلاث ساعات) بتكرار (٣٤) ونسبة (٢٢,٧٪) ، وفئة (أربع ساعات) بتكرار (٢٢) ونسبة (١٤,٧٪) ، وفئة (خمس ساعات) بتكرار (١٦) ونسبة (١٠,٧٪) ، وفئة (ست ساعات) حالتان فقط بنسبة (١,٣٪) ، وفئة (سبع ساعات) بتكرار (٤) ونسبة (٢,٧٪) .

ويلاحظ أن الساعتين والثلاث ساعات مشاهدة في اليوم الواحد تعد مقبولة بالنسبة للذكور العرب الوافدين للعمل في المملكة ، لإرتباطاتهم المهنية حيث إن الغالبية منهم في شركات ومؤسسات حكومية أو خاصة ويقضون ساعات عمل طويلة .

(٨) البرامج الدينية المفضلة لدى الذكور العرب – عينة الدراسة – في القنوات الفضائية العربية :

جـــدول رقم (٥٤)

الرقم	القنوات الفضائية العربية	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	البرامج الدينية في قناة الشارقة	١٠٠	٥٠	١٥٠	٦٦,٦٪	١١,١	الأولى
٢	البرامج الدينية في قناة المنوعات	٨٠	٧٠	١٥٠	٥٣,٣٪	٨,٨	الثانية
٣	البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط	٦٦	٨٤	١٥٠	٤٤٪	٧,٣	الثالثة
٤	البرامج الدينية في قناة الأردن	٤٤	١٠٦	١٥٠	٢٩,٣٪	٤,٨	الرابعة
٥	البرامج الدينية في قناة دبي	٢٨	٧٠	١٥٠	١٨,٦٪	٣,١	الخامسة
٦	البرامج الدينية في قناة مصر	٢٠	١٣٠	١٥٠	١٣,٣٪	٢,٢	السادسة
٧	البرامج الدينية في قناة الجزيرة	١٢	١٣٨	١٥٠	٨٪	١,٣	السابعة

أشار الجدول السابق إلى البرامج الدينية المفضلة لدى الذكور العرب – عينة الدراسة – في القنوات الفضائية العربية ، فجاء ت البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية بمتوسط (١١,١) بنسبة (٦٦,٦٪) ، وبتكرار (١٠٠) ، وفي المرتبة الثانية جاء ت البرامج الدينية في قناة المنوعات بمتوسط (٨,٨) بنسبة (٥٣,٢٪) ، وبتكرار (٨٠) ، وفي المرتبة الثالثة جاء ت البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط بمتوسط (٧,٣) بنسبة (٤٤٪) ، وبتكرار (٦٦) ، وجاء ت البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية في المرتبة الرابعة بمتوسط (٤,٨) بنسبة (٢٩,٣٪) ، وبتكرار (٤٤) ، وفي المرتبة الخامسة جاء ت البرامج الدينية في قناة دبي الفضائية بمتوسط (٣,١) بنسبة (١٨,٦٪) ، وبتكرار (٢٨) ، وجاء ت البرامج الدينية في قناة مصر الفضائية بمتوسط (٢,٢) بنسبة (١٣,٢٪) ، وبتكرار (٢٠) ، وفي المرتبة السادسة البرامج الدينية في قناة الجزيرة الفضائية بمتوسط (١,٣) بنسبة (٨٪) ، وبتكرار (١٢) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن قنوات : الشارقة ، والمنوعات ، والشرق الأوسط ، والأردن هي ضمن القنوات التي خضعت برامجها الدينية للدراسة التحليلية ، ويلاحظ أيضاً أن برامج قناة الشارقة الدينية مثلت أعلى نسبة ، وهذا أمر طبيعي لكثافة برامجها الدينية ، أما بقية القنوات فقد اختيرت ضمن خيارات مفتوحة للذكور العرب – عينة الدراسة .

(٩) فترة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد لدى الذكور العرب – عينة الدراسة :

جـــدول رقــم (٥٥)

الرقم	المدة الزمنية	التكرار	النسبة المئوية
١	أقل من ساعة	٦	٪٤,٠٪
٢	ساعتان	٩٤	٪٦٢,٧٪
٣	ثلاث ساعات	٤٤	٪٢٩,٣٪
٤	أربع ساعات	٦	٪٤,٠٪
٥	خمس ساعات فأكثر	٠	٪٠,٠٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

يشير الجدول السابق إلى فترة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد لدى الذكور العرب – عينة الدراسة ، وجاء ت فئة (أقل من ساعة) بتكرار (٦) ونسبة (٤٪) ، وفئة (ساعتان) بتكرار (٩٤) ونسبة (٦٢,٧٪) ، وفئة (ثلاث ساعات) بتكرار (٤٤) بنسبة (٢٩,٣) ، وفئة (أربع ساعات) بتكرار (٦) ونسبة (٤٪) ، أما فئة خمس ساعات فأكثر فلم يذكر عنها شيء .

ويلاحظ أن الفترة الغالبة هي(ساعتان) حيث حصلت على أعلى نسبة ، وهذه إشارة جـيدة تدل على رغبـة الذكور العرب في الإقبال على مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية ، كما أن البرامج والفتاوى على الهواء في القنوات الفضائية زادت من مشاركة المشاهدين لها ومتابعتها .

(١٠) تأثير تعدد القنوات الفضائية في حجم الاستخدام لدى الذكور العرب عينة الدراسة :

جدول رقم (٥٦)

الرقم	التأثيـــر	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم يؤثر	١٠٦	٧٠,٧٪
٢	لا يؤثر	٤٤	٢٩,٣٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

أشار الجدول السابق إلى أثر تعدد القنوات الفضائية العربية في حجم الاستخدام بالنسبة للذكور العرب ، عينة الدراسة ، فقد جاء عدد الذين يتأثرون بتكرار (١٠٦) مفردة من عينة الدراسة بنسبة (٧٠,٧٪) ، أما الذين لايؤثر فيهم بتكرار (٤٤) مفردة من عينة الدراسة بنسبة (٢٩,٣٪) ، وهذا يشير إلى ارتفاع نسبة الذين تؤثر فيهم البرامج الدينية .

(١١) مقدار الزيادة والنقص في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب – عينة الدراسة :

جدول رقم (٥٧)

الرقم	زيادة أو نقص المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
١	زيادة المشاهدة	٨٦	٥٧,٣٪
٢	نقص المشاهدة	٦٠	٤٠٪
٣	بدون إشارة لمقدار الزيادة أو النقص	٤	٢,٧٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى أن زيادة المشاهدة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية لدى الذكور العرب – عينة الدراسة – جاءت بتكرار (٨٦) مفردة بنسبة (٥٧,٣٪) ، أما نقص المشاهد ، جاءت بتكرار (٦٠) مفردة بنسبة (٤٠٪) ، وبدون إشارة لمقدار الزيادة والنقص (٤) مفردات بنسبة (٢,٧٪) . ويلاحظ هنا أن أكثر من نصف مفردات الذكور العرب – عينة الدراسة – زاد مقدار مشاهدتهم للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

(١٢) ترتيب أسباب زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب – عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٥٨)

الرقم	السبب	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	زيادة الثقافة والمعرفة الدينية	٨١	٦٩	١٥٠	٥٤٪	٩	الأولى
٢	تناولها لقضايا معاصرة تهم الأمة الإسلامية	٧٢	٧٨	١٥٠	٤٨٪	٨	الثانية
٣	تقديمها حلولاً لمشكلات اجتماعية معاصرة	٦٩	٨١	١٥٠	٤٦٪	٧,٦	الثالثة
٤	لحاجة المشاهد إليها في معرفة الأحكام الشرعية	٦٨	٨٢	١٥٠	٤٥,٣٪	٧,٥	الرابعة
٥	تحتوي على فتاوي وأحكام فقهية	٦٧	٨٣	١٥٠	٤٤,٦٪	٧,٤	الخامسة
٦	استضافتها لعلماء ومفكرين على مستوى عال	٦٣	٨٧	١٥٠	٤٢٪	٧	السادسة
٧	استغلال الوقت في شيء مفيد	٥٨	٩٢	١٥٠	٣٨,٦٪	٦,٤	السابعة
٨	الهروب من برامج القنوات الفضائية الهابطة	٥٢	٩٨	١٥٠	٣٤,٦٪	٥,٧	الثامنة
٩	تطور أداء البرامج الدينية في الفضائيات العربية	٥٠	١٠٠	١٥٠	٣٣,٣٪	٥,٥	التاسعة
١٠	لطرح بعض الأسئلة على العلماء من خلال المشاركة	٣٢	١١٨	١٥٠	٢١,٣٪	٣,٥	العاشرة
١١	كثرة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية	٢٨	١٢٢	١٥٠	١٨,٦٪	٣,١	الحادية عشرة

أشار الجدول السابق إلى أسباب زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب ، فقد جاء سبب زيادة الثقافة والمعرفة الدينية في المرتبة الأولى بمتوسط (٩) بنسبة (٥٤٪) ، وبتكرار (٨١) ، وفي المرتبة الثانية جاء سبب تقديم البرامج الدينية قضايا معاصرة تهم الأمة الإسلامية بمتوسط (٨) بنسبة (٤٨٪) وبتكرار (٧٢) ، وفي المرتبة الثالثة جاء سبب أن البرامج الدينية تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية معاصرة بمتوسط (٧,٦) بنسبة (٤٦٪) ، وبتكرار (٦٩) ، وجاء سبب حاجة الذكور العرب المشاهدين للبرامج الدينية في الفضائيات العربية في المرتبة الرابعة بمتوسط (٧,٥) بنسبة (٤٥,٣٪) ، وبتكرار (٦٨) ، وجاء سبب احتواء البرامج الدينية على فتاوى وأحكام فقهية في المرتبة الخامسة بمتوسط (٧,٤) بنسبة (٤٤.٦٪) ، وبتكرار (٦٧) ، وفي المرتبة السادسة جاء سبب استضافة البرامج الدينية لعلماء ومفكرين على مستوى عال بمتوسط (٧) بنسبة (٤٢٪) ، وبتكرار (٦٣) ، وجاء سبب استغلال الوقت في شيء مفيد في المرتبة السابعة بمتوسط (٦,٤) بنسبة (٣٨.٦٪) ، وبتكرار (٥٨) ، وجاء سبب الهروب من برامج القنوات الفضائية الهابطة في المرتبة الثامنة بمتوسط (٥,٧) بنسبة (٣٤,٦٪) ، وبتكرار (٥٢) ، وفي المرتبة التاسعة جاء سبب تطور أداء البرامج الدينية في الفضائيات العربية بمتوسط (٥,٥) بنسبة (٣٣,٣٪) ، وبتكرار (٥٠) ، وجاء سبب أن المشاهدين يستطيعون أن يطرحوا بعض الأسئلة على العلماء من خلال المشاركة في المرتبة العاشرة بمتوسط (٣,٥) بنسبة (٢١,١٪) وبتكرار (٣٢) ، وفي المرتبة الحادية عشرة جاء سبب كثرة البرامج الدينية في القنوات الفضائية بمتوسط وقدره (٣,١) بنسبة (١٨,٦٪) ، وبتكرار (٢٨) .

ويلاحظ على الجدول السابق ارتفاع نسبة سبب زيادة الثقافة والمعرفة الدينية لدى الذكور العرب – عينة الدراسة – ، كما يلاحظ تقارب نسب أغلب الأسباب التي أدت إلى زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، وهذا يشير إلى إقبال فئة كبيرة من المبحوثين على هذا النوع من البرامج ومدى حاجتهم لها .

(١٣) ترتيب أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب – عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٥٩)

الرقم	السبب	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	وقت البرنامج الديني لا يتناسب مع وقت الفراغ	٦٦	٨٤	١٥٠	٤٤٪	٧,٣	الأولى
٢	الاهتمام بالبرامج الدينية في الفضائيات دون المستوى المطلوب	٣٦	١١٤	١٥٠	٢٤٪	٤	الثانية
٣	العلماء والمفكرون فيها دون المستوى المطلوب	٣٣	١١٧	١٥٠	٢٢٪	٣,٦	الثالثة
٤	عدم الوثوق في مصداقيتها	٣١	١١٩	١٥٠	٢٠,٦٪	٣,٤	الرابعة
٥	لاتهتم بقضايا إسلامية معاصرة وتناقشها	٢٩	١٢١	١٥٠	١٩,٣٪	٣,٢	الخامسة
٦	تقديم بعض الفضائيات برامج منوعة مغرية	٢٨	١٢٢	١٥٠	١٨,٦٪	٣,١	السادسة
٧	لا تعد مصدراً من مصادر تلقي الثقافة الدينية	٢٤	١٢٦	١٥٠	١٦٪	٢,٦	السابعة
٨	لا تقدم حلولاً كافية للمشكلات الإجتماعية	١٨	١٣٢	١٥٠	١٢٪	٢	الثامنة
٩	عدم وجود رعاية كافية للبرنامج الديني	٣	١٤٧	١٥٠	٢٪	٠,٣	التاسعة

أشار الجدول السابق إلى أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب - عينة الدراسة ، فجاء سبب أن وقت البرنامج الديني لايتفق ولا يتناسب مع وقت فراغ المبحوثين في المرتبة الأولى بمتوسط (٧,٣) بنسبة (٤٤٪) ، وبتكرار (٦٦) ، وفي المرتبة الثانية جاء سبب أن الاهتمام بالبرامج الدينية في الفضائيات العربية دون المستوى المطلوب بمتوسط (٤) بنسبة (٢٤٪) ، وبتكرار (٣٦) ، وفي المرتبة الثالثة جاء سبب أن العلماء والمفكرين الضيوف في البرامج الدينية دون المستوى المطلوب بمتوسط (٣,٦) بنسبة (٢٢٪) ، وبتكرار (٣٣) ، وفي المرتبة الرابعة جاء سبب أن المبحوثين لايثقون في مصداقية البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بمتوسط (٣,٤) بنسبة (٢٠,٦٪) ، وبتكرار (٣١) ، وفي المرتبة الخامسة جاء سبب أن البرامج الدينية في الفضائيات العربية لاتهتم بقضايا اسلامية معاصرة وتناقشها بمتوسط (٣,٢) بنسبة (١٩,٣٪) ، وبتكرار (٢٩) ، وفي المرتبة السادسة جاء سبب تقديم بعض الفضائيات العربية لبرامج منوعة ومغرية بمتوسط (٣,١) بنسبة (١٨,٦٪) ، وبتكرار (٢٨) ، وفي المرتبة السابعة جاء سبب أن المبحوثين لايعتبرون البرامج الدينية مصدراً من مصادر تلقي الثقافة الدينية بمتوسط (٢,٦) بنسبة (١٦٪) ، وبتكرار (٢٤) ، وفي المرتبة الثامنة جاء سبب أن البرامج الدينية لاتقدم حلولاً كافية للمشكلات الاجتماعية بمتوسط (٢) بنسبة (١٢٪) ، وبتكرار (١٨) ، وفي المرتبة التاسعة جاء سبب عدم وجود رعاية كافية للبرنامج الديني بمتوسط (٠,٣) بنسبة (٢٪) ، وبتكرار (٣) .

ويلاحظ على الجدول السابق ارتفاع نسبة سبب نقص مشاهدة البرامج الدينية والخاص بوقت البرامج الدينية الذي لا يتناسب مع أوقات فراغ المبحوثين ، وهذا مادلت عليه الدراسة التحليلية للبرامج الدينية في بعض القنوات الفضائية العربية ، إذ أثبتت الدراسة أن أغلب أوقات إذاعة البرامج الدينية هي في ساعات الصباح الأولى أو فترة الظهيرة ، ولم يكن هناك سوى القليل من البرامج الدينية في بعض القنوات الفضائية التي تأتي في أوقات ذروة المشاهده ، إضافة إلى ذلك أن معظم المبحوثين من الذكور العرب الوافدين للعمل في المملكة يعملون في شركات ومؤسسات خاصة والتي تتميز بدوام يومي أكثر من المعتاد ، فيصعب على هذه الفئة مثلا متابعة هذا النوع من البرامج في وقت الظهيرة ، كما يلاحظ تقارب نسب بعض أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية ، مما يشير إلى أن هذه الأسباب يجب أن تؤخذ في عين الاعتبار عند التخطيط للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

(١٤) ترتيب أشكال البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب – عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٦٠)

الرقم	السبب	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	النـــــدوة	١٢٦	٢٤	١٥٠	٨٤٪	١٤	الأولى
٢	المقابلـــــة	١١٢	٣٨	١٥٠	٧٤,٦٪	١٢,٤	الثانية
٣	الحـــديث	١٠٦	٤٤	١٥٠	٧٠,٦٪	١١,٧	الثالثة
٤	المسلســل الديني	٨٨	٦٢	١٥٠	٥٨,٦٪	٩,٧	الرابعة
٥	المسابقـــة	٨٨	٦٢	١٥٠	٥٨,٦٪	٩,٧	الخامسة
٦	المجلـــة	٨٠	٧٠	١٥٠	٥٣,٣٪	٨,٨	السادسة
٧	الفيلـــم	٧٨	٧٢	١٥٠	٥٢٪	٨,٦	السابعة
٨	التمثيليـــة	٧٢	٧٨	١٥٠	٤٨٪	٨	الثامنة
٩	الدرامـــا	٦٨	٨٢	١٥٠	٤٥,٣٪	٧,٥	التاسعة

أشار الجدول السابق إلى أشكال البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب – عينة الدراسة ، فقد جاء ت الندوة في المرتبة الأولى بمتوسط (١٤) بنسبة (٨٤٪) وبتكرار (١٢٦) ، وجاءت المقابلة في المرتبة الثانية بمتوسط (١٢,٤) بنسبة (٧٤,٦٪) ، وبتكرار (١١٢) ، وفي المرتبة الثالثة جاء الحديث بمتوسط (١١,٧) بنسبة (٧٠,٦٪) ، وبتكرار (١٠٦) ، وفي المرتبة الرابعة جاء المسلسل الديني بمتوسط (٩,٧) بنسبة (٥٨,٦٪) ، وبتكرار (٨٨) ، وفي المرتبة الخامسة جاءت المسابقة بمتوسط (٩,٧) بنسبة (٥٨,٦٪) ، وبتكرار (٨٨) ، وفي المرتبة السادسة جاءت المجلة بمتوسط (٨,٨) بنسبة (٥٣,٣٪) ، وبتكرار (٨٠) ، وجاء الفيلم في المرتبة السابعة بمتوسط (٨,٦) بنسبة (٥٢٪) وبتكرار (٧٨) ، وفي المرتبة الثامنة جاء ت الدراما بمتوسط (٨) بنسبة (٤٨٪) ، وبتكرار (٧٢) ، وفي المرتبة التاسعة التمثيلية بمتوسط (٧,٥) بنسبة (٤٥,٣٪) وبتكرار (٦٨) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن الندوة هي من أبرز الأشكال المفضلة لدى الذكور العرب – عينة الدراسة – إذ بلغت أعلى نسبة ، وربما يرجع ذلك إلى اتخاذ الندوات توجهاً جديداً بمشاركة الجمهور سواءٍ داخل الاستديو أو على الهواء مباشرة ، كما يلاحظ أيضاً تقارب نسب الحديث والمقابلة ؛ وهما من أكثر الأشكال البرامجية المستخدمة في المضمون الديني .

(ب) الإناث العربيات :

المعلومات الأولية للإناث العربيات – عينة الدراسة :

(١) السن أو العمر : جــدول رقــم (٦١)

الرقم	العمــــر	التكرار	النسبة المئوية
١	من ٢٠ – ٢٩ سنة	٣٨	٢٥,٣٪
٢	من ٣٠ – ٣٩ سنة	٤٤	٢٩,٣٪
٣	من ٤٠ – ٤٩ سنة	٤٤	٢٩,٣٪
٤	من ٥٠ – ٥٩ سنة	٢٢	١٤,٧٪
٥	من ٦٠ سنة فأكثر	٢	١,٣٪
	المجموع	١٥٠	١٠٠٪

أشارالجدول السابق الى نسبة تفاوت أعمار الإناث العربيات – عينة الدراسة – فجاء ت فئة من (٢٠ – ٢٩) عند الإناث العرب بتكرار بلغ (٣٨) وبنسبة (٢٥,٣٪) ، والفئة من (٣٠ – ٣٩) جاء ت بتكرار (٤٤) بنسبة (٢٩,٣٪) ، ومن فئة (٤٠ – ٤٩) جاء ت بتكرار (٤٤) بنسبة (٢٩,٣٪) ، أما فئة (٥٠ – ٥٩) فقد جاء ت بتكرار (٢٢) بنسبة (١٤,٧٪) ، وفئة (٦٠ سنة فأكثر) تكررت مرتين فقط بنسبة (١,٣٪) .

ويلاحظ ارتفا ع نسبة الأعمار من (٣٠ – ٥٠) سنة حيث بلغن أكثر من النصف ، وهذا الأمر طبيعي ؛ حيث إن أغلب الوافدات إلى العمل من الإناث العربيات من ذوات الخبرة في العمل .

(٢) الحالة الاقتصادية للإناث العربيات – عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٦٢)

الرقم	الحالة الاقتصادية	التكرار	النسبة المئوية
١	عالية	٨	٥,٣٪
٢	فوق المتوسطة	٦٠	٤٠,٠٪
٣	المتوسطة	٥٨	٣٨,٧٪
٤	تحت المتوسطة	٢٤	١٦,٠٪
٥	منخفضة	٠	٠,٠
	المجموع	١٥٠	١٠٠٪

يلاحظ من نتائج الجدول السابق تفاوت الحالة الاقتصادية للإناث العربيات –عينة الدراسة – حيث جاء ت الحالة الاقتصادية العالية للمبحوثات العربيات بتكرار (٨) ونسبة (٥,٣٪) ، أما فوق المتوسطة بلغت (٦٠) بنسبة (٤٠٪) ، والحالة المتوسطة بلغت (٥٨) بنسبة (٣٨,٧٪) ، وتحت المتوسطة بلغت (٢٤) بنسبة (١٦٪) ، أما المنخفضة لاشيء يذكر عنها .

ويلاحظ أن أكثر من نصف العينة كانت حالتهن الاقتصادية فوق المتوسطة أو متوسطة ، وهذا أمر طبيعي للوافدات العربيات للعمل في المملكة العربية السعودية .

(٣) الحالة الاجتماعية للإناث العربيات – عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٦٣)

الرقم	الحالة الإجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
١	متزوجة	٩٦	٦٤٪
٢	عزبة	٣٢	٢٠,٣٪
٣	مطلقة	١٦	١٠,٧٪
٤	أرملة	٦	٤,٠٪
	المجموع	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى الحالة الاجتماعية للإناث العربيات – عينة الدراسة – وقد بلغت حالة المتزوجات من الإناث العرب (٩٦) بنسبة (٦٤٪) ، أما العازبات فقد بلغن (٣٢) بنسبة (٢٠,٣٪) ، والمطلقات جاء ت بتكرار (١٦) بنسبة (١٠,٧٪) ، أما الأرامل بتكرار (٦) وبنسبة (٤٪) .

ويلاحظ ارتفا ع نسبة المتزوجات ؛ وهذا أيضًا أمر طبيعي لأن الوافدات العربيات غالبًا مايقدمن مع أزواجهن ، وقليل منهن يكن مع عائل غير الزوج .

(٤) الحالة التعليمية للإناث العربيات – عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٦٤)

الرقم	الحالة التعليمية	التكرار	النسبة المئوية
١	تعليم عالٍ	٣٢	٢١,٣٪
٢	جامعي	٤٢	٢٨,٠٪
٣	ثانوي	٣٤	٢٢,٧٪
٤	متوسط	٢٦	١٨,٠٪
٥	ابتدائي	١٦	١٠,٧٪
٦	أمي	٠	٠٠
	المجموع	١٥٠	١٠٠٪

تظهر نتائج الجدول السابق أن الحالة التعليمية العالية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة – بلغت (٣٢) بنسبة (٢١,٣٪) ، أما التعليم الجامعي جاء بتكرار (٤٢) بنسبة (٢٨٪) ، والمرحلة الثانوية بتكرار (٣٤) بنسبة (٢٢,٧٪) ، والمرحلة المتوسطة بتكرار (٢٦) بنسبة (١٨٪) ، والمرحلة الابتدائية بتكرار (١٦) بنسبة (١٠,٧٪) والأميات منهن لا يوجد مبحوثات فيها ، ويلاحظ هنا ارتفاع نسبة التعليم الجامعي لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة – وهذا يرجع إلى طبيعة العمل للوافدات العربيات في المملكة والتي تتطلب كفاءات علمية جيدة .

(٥) المهنة أو العمل للإناث العربيات – عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٦٥)

الرقم	المهنـــة	التكرار	النسبة المئوية
١	طالبة	٢٨	١٨,٧٪
٢	وظيفة حكومية	٤٦	٣٠,٧٪
٣	وظيفة قطاع خاص	٦٨	٤٥,٣٪
٤	عمل حر	٨	٥,٣٪
	المجموع	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى تفاوت مهن الإناث العربيات – عينة الدراسة ، فجاء ت الطالبات منهن بتكرار (٢٨) بنسبة (١٨,٧٪) ، والموظفات الحكوميات منهن بتكرار (٦٨) بنسبة (٤٥,٣٪) ، أما موظفات القطاع الخاص فبلغ تكرارهن (٤٦) بنسبة (٣٠,٧٪) ، وصاحبات الأعمال الحرة بلغن تكرار (٨) بنسبة (٥,٣٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق ارتفاع نسبة الموظفات في القطاع الخاص مثل المستشفيات والمستوصفات .

(٦) تفضيلات الإناث العربيات – عينة الدراسة – للقنوات الفضائية العربية :

جـــدول رقم (٦٦)

الرقم	القنوات الفضائية العربية	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	قناة المنوعات	١٣٢	١٨	١٥٠	٪٨٨	١٤,٦	الأولى
٢	قناة الشرق الأوسط	١١٠	٤٠	١٥٠	٪٧٣,٣	١٢,٢	الثانية
٣	قناة السودان	١٠٨	٤٢	١٥٠	٪٧٢	١٢	الثالثة
٤	قناة مصر	١٠٠	٥٠	١٥٠	٪٦٦,٦	١١,١	الرابعة
٥	قناة الشارقة	٩٦	٥٤	١٥٠	٪٦٤	١٠,٦	الخامسة
٦	قناة الجزيرة	٥٢	٩٨	١٥٠	٪٣٤,٦	٥,٧	السادسة
٧	قناة دبي	٣٨	١١٢	١٥٠	٪٢٥,٣	٤,٢	السابعة
٨	قناة أبو ظبي	٣٤	١١٦	١٥٠	٪٢٢,٦	٣,٧	الثامنة
٩	اللبنانية (L.B.C)	٢٨	١٢٢	١٥٠	٪١٨,٦	٣,١	التاسعة
١٠	قناة المستقبل	٢٨	١٢٢	١٥٠	٪١٨,٦	٣,١	العاشرة
١١	قناة الكويت	٢٦	١٢٤	١٥٠	٪١٧,٣	٢,٨	الحادية عشرة

تابع تفضيلات الإناث العربيات – عينة الدراسة – للقنوات الفضائية العربية :

جـــدول رقم (٦٧)

الرقم	القنوات الفضائية العربية	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١٢	قناة البحرين	٢٦	١٢٤	١٥٠	١٧,٣	٢,٨	الثانية عشرة
١٣	قناة سوريا	٢٤	١٢٦	١٥٠	١٦	٢,٦	الثالثة عشرة
١٤	قناة الأردن	٢٤	١٢٦	١٥٠	١٦	٢,٦	الرابعة عشرة
١٥	قناة عمان	١٤	١٣٦	١٥٠	٩,٣	١,٥	الخامسة عشرة
١٦	قناة المغرب	١٠	١٤٠	١٥٠	٦,٦	١,١	السادسة عشرة
١٧	قناة اليمن	٨	١٤٢	١٥٠	٥,٣	٠,٨	السابعة عشرة
١٨	قناةاقرأ	٦	١٤٤	١٥٠	٤	٠,٦	الثامنة عشرة
١٩	قناة ليبيا	٦	١٤٤	١٥٠	٤	٠,٦	التاسعة عشرة
٢٠	قناة عجمان	٤	١٤٦	١٥٠	٢,٦	٠,٤	العشرون
٢١	السعودية (ق١)	٢	١٤٨	١٥٠	١,٣	٠,٢	الحادية والعشرون
٢٢	قناة تونس	–	١٥٠	١٥٠	–	–	الثانية والعشرون
٢٣	قناة الجزائر	–	١٥٠	١٥٠	–	–	الثالثة والعشرون

يشير الجدولان السابقان إلى تفضيلات الإناث العربيات - عينة الدراسة - للقنوات الفضائية العربية ، فقد جاء ت قناة المنوعات بتلفزيون العرب في المرتبة الأولى بمتوسط (١٤,٦) بنسبة (٨٨٪) ، وبتكرار (١٣٢) ، وفي المرتبة الثانية تلفزيون الشرق الأوسط بمتوسط (١٢,٢) بنسبة (٧٣,٣٪) ، وبتكرار (١١٠) ، وفي المرتبة الثالثة قناة السودان الفضائية بمتوسط (١٢) بنسبة (٧٢٪) ، وبتكرار (١٠٨) ، وفي المرتبة الرابعة جاءت القناة الفضائية المصرية بمتوسط (١١,١) بنسبة (٦٦٪) ، وبتكرار (١٠٠) ، وفي المرتبة الخامسة جاء ت قناة الشارقة الفضائية بمتوسط (١٠,٦) بنسبة (٦٤٪) ، وبتكرار (٩٦) وفي المرتبة السادسة جاء ت قناة الجزيرة بمتوسط (٥,٧) بنسبة (٣٤,٦٪) ، وبتكرار (٥٢) ، وفي المرتبة السابعة جاء ت قناة دبي الفضائية بمتوسط (٤,٢) بنسبة (٢٥,٣٪) ، وبتكرار (٣٨) ، وفي المرتبة الثامنة قناة أبو ظبي بمتوسط (٣,٧) بنسبة (٢٢,٦٪) ، وبتكرار (٣٤) ، وجاء ت قناة (L.B.C) والمستقبل اللبنانيتان في المرتبتين التاسعة والعاشرة على التوالي بمتوسط وقدره (٣,١) لكل قناة وبنفس النسبة (١٨,٦٪) لكل قناة ، وبتكرار (٢٨) لكل قناة ، وفي المرتبة الحادية عشرة جاء ت قناة الكويت الفضائية بمتوسط (٢,٨) بنسبة (١٧,٣٪) ، وبتكرار (٢٦) ، وكذلك قناة البحرين جاء ت بنفس المتوسط الذي بلغ (٢,٨) بنسبة (١٧,٣٪) ، وبتكرار (٢٦) وجاء ت في المرتبة الثانية عشرة ، وفي المرتبتين الثالثة عشرة والرابعة عشرة جاءت قناتا : سوريا والأردن بمتوسط (٢.٦) لكل قناة ، وبنفس النسبة التي بلغت (١٦٪) لكل قناة ، وبتكرار بلغ (٢٤) لكل منهما ، وفي المرتبة الخامسة عشرة جاء ت قناة عمان بمتوسط (١,٥) بنسبة (٩,٣٪) ، وبتكرار (١٤) ، وفي المرتبة السادسة عشرة جاء ت قناة المغرب الفضائية بمتوسط (١,١) بنسبة (٦,٦٪) ، وبتكرار (١٠) ، وفي المرتبة السابعة عشرة جاء ت قناة اليمن الفضائية بمتوسط (٠,٨) بنسبة (٥,٣٪) ، وبتكرار بلغ (٨) ، وفي المرتبتين الثامنة عشرة والتاسعة عشرة على التوالي جاء ت قناتا: اقرأ وليبيا الفضائيتان بمتوسط بلغ (٠,٦) لكل قناة بنسبة (٤٪) لكل قناة ، وبتكرار (٦) لكل منهما ، وفي المرتبة العشرين جاءت قناة عجمان الفضائية بمتوسط (٠,٤) وبنسبة (٢,٦٪) ، وبتكرار (٤) ، وجاء ت القناة الأولى في التلفزيون السعودي في المرتبة الحادية والعشرين بمتوسط (٠,٢) بنسبة

(١,٢٪) وبتكرار (٢) . أما قناتا : تونس والجزائر فلم يذكر عنهما شيء .

ويلاحظ على الجدول السابق أن الإناث العربيات – عينة الدراسة – يوجهن اهتماماً أكبر للنواحي الترفيهية ، إذ أن قناة المنوعات جاء ت في أوليات المشاهدة لديهن ، ثم بعد ذلك النواحي الإخبارية والسياسية وذلك من خلال اختيارهن لقناة الشرق الأوسط ، كما يلاحظ تقدم قناتا : السودان ومصر الفضائيتان وكانتا ضمن القنوات المفضلة في المشاهدة لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة – واحتلتا مرتبتين متقدمتين ، وربما يرجع ذلك للانتماء لهاتين الدولتين ، كما يلاحظ أيضاً تأخر قناة الجزيرة الفضائية وهي التي كانت تحتل مراكز الصدارة عند المبحوثين السعوديين والذكور العرب – عينات الدراسة – بينما تأخرت عند الإناث العربيات ، ولعل ذلك يرجع إلى أن المبحوثات العربيات لايفضلن البرامج الإخبارية والسياسية ويفضلن عليها البرامج الترفيهية في المقام الأول .

(٧) الفترة الزمنية المستغرقة في مشاهدة الفضائيات العربية في اليوم الواحد لدى الإناث العربيات -عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٦٨)

الرقم	عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
١	ساعة واحدة	٤	٢,٧٪
٢	ساعتان	١٨	١٢,٠٪
٣	ثلاث ساعات	٤٤	٢٩,٣٪
٤	أربع ساعات	٥٠	٣٣,٣٪
٥	خمس ساعات	٢٤	١٦,٠٪
٦	ست ساعات	٦	٤,٠٪
٧	سبع ساعات	٤	٢,٧٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشيرالجدول السابق إلى الفترة الزمنية المستغرقة لمشاهدة القنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة ، فنجد أن فئة (ساعة واحدة) عند الإناث العرب جاء ت بتكرار (٤) بنسبة (٢,٧٪) ، أما فئة (ساعتان) جاء ت بتكرار (١٨) بنسبة (١٢٪) ، وفئة (ثلاث ساعات) بلغت (٤٤) بنسبة (٢٩,٣٪) ، وفئة (أربع ساعات) جاء ت بتكرار (٥٠) بنسبة (٣٣,٣٪) ، وفئة (ست ساعات) جاء ت بتكرار (٦) بنسبة (٤٪) ، وفئة (سبع ساعات) جاء ت بتكرار (٤) بنسبة (٢,٧٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن غالبية المبحوثات يشاهدن برامج الفضائيات العربية من ثلاث إلى أربع ساعات ، ويرجع ذلك إلى أن الغالبية منهن يعملن لساعات طويلة في المؤسسات الخاصة .

(٨) البرامج الدينية المفضلة لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة – في القنوات الفضائية العربية :

جـــدول رقم (٦٩)

الرقم	القنوات الفضائية العربية	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	البرامج الدينية في قناة الشارقة	١٠٤	٤٦	١٥٠	٦٩,٣٪	١١.٥	الأولى
٢	البرامج الدينية في قناة المنوعات	٩٦	٥٤	١٥٠	٦٤٪	١٠,٦	الثانية
٣	البرامج الدينية في قناة الأردن	٦٨	٨٢	١٥٠	٤٥,٣٪	٧,٥	الثالثة
٤	البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط	٤٨	١٠٢	١٥٠	٣٢٪	٥,٣	الرابعة
٥	البرامج الدينية في قناة مصر	٢	١٤٨	١٥٠	٤٪	٠,٢	الخامسة
٦	البرامج الدينية في قناة الجزيرة	٢	١٤٨	١٥٠	٤٪	٠,٢	السادسة

أشار الجدول السابق إلى ترتيب البرامج الدينية المفضلة لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة – للقنوات الفضائية العربية ، فقد جاء ت البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية في المرتبة الأولى بمتوسط (١١,٥) بنسبة (٦٩,٣٪) ، وبتكرار (١٠٤) ، وفي المرتبة الثانية جاء ت البرامج الدينية في قناة المنوعات بمتوسط (١٠,٦) بنسبة (٦٤٪) ، وبتكرار (٩٦) ، والمرتبة الثالثة جاء ت البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية بمتوسط (٧,٥) بنسبة (٤٥,٣٪) ، وبتكرار (٦٨) ، وفي المرتبة الرابعة جاء ت البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط بمتوسط (٥,٣) بنسبة (٣٢٪) ، وبتكرار (٤٨) .. وهذه القنوات الأربع خضعت برامجها الدينية للدراسة التحليلية ، وفي المرتبتين الخامسة ، والسادسة جاء ت على التوالي البرامج الدينية في قناتي مصر والجزيرة الفضائيتين بمتوسط وقدره (٠,٢) لكل قناة ، وبنسبة (٤٪) لكل قناة ، وبتكرار (٢) لكل منهما ، وهاتان القناتان الفضائيتان لم تخضع برامجهما الدينية للدراسة التحليلية وجاء اختيارهما ضمن اختيارات مفتوحة .

ويلاحظ على الجدول السابق أن قناة الشارقة الفضائية جاء ت في المرتبة الأولى وبأعلى نسبة ، وهذا يرجع إلى كثافة البرامج الدينية فيها ، كما تقاربت نسبة البرامج الدينية في قناة المنوعات بتلفزيون العرب مع قناة الشارقة الفضائية ، ويرجع ذلك أيضاً إلى أنها تأتي في المرتبة الثانية بعد قناة الشارقة في حجم البرامج الدينية فيها ، كما أثبتت الدراسة التحليلية ذلك ، ولعل المشاهدات من الإناث العربيات – عينة الدراسة – يفضلن القنوات حسب حجم البرامج الدينية وليس الملاحظ على نوعية البرامج الدينية المقدمة في القناة .

(٩) فترة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٧٠)

الرقم	المدة الزمنية	التكرار	النسبة المئوية
١	أقل من ساعة	٩٢	٦١,٣٪
٢	ساعتان	٣٨	٢٥,٣٪
٣	ثلاث ساعات	١٠	٦,٧٪
٤	أربع ساعات	٨	٥,٣٪
٥	خمس ساعات فأكثر	٢	١,٣٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى فترة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة ، فقد جاءت فئة (أقل من ساعة) عند الإناث العربيات بتكرار بلغ (٩٢) بنسبة (٦١,٣٪) ، وفئة (ساعتان) بتكرار (٣٨) بنسبة (٢٥,٣٪) ، وفئة (ثلاث ساعات) بتكرار بلغ (١٠) بنسبة (٦,٧٪) ، وفئة (أربع ساعات) بتكرار (٨) بنسبة (٥,٣٪) ، وفئة (خمس ساعات) بلغت حالتان فقط بنسبة (١,٣٪) . ويلاحظ هنا ارتفاع نسبة (أقل من ساعة) .. وهذا يشير إلى قلة اهتمام الإناث العربيات عينة الدراسة بمشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، وربما يرجع ذلك إلى طبيعة عملهن في المؤسسات الخاصة مثل المستشفيات والتي بها ساعات عمل مختلفة .

(١٠) تأثير تعدد القنوات الفضائية في حجم الاستخدام لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٧١)

الرقـم	التأثيـــــر	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم يؤثر	١٣٨	٪٩٢,٠
٢	لا يؤثر	١٢	٪٨,٠
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

أظهر الجدول السابق أن الإناث العربيات عينة الدراسة اللواتي يتأثرن بحجم الاستخدام بلغن (١٣٨) بنسبة (٩٢٪) ، واللواتي لم يتأثرن بلغن (١٢) بنسبة (٨٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق ارتفاع نسبة اللواتي يتأثرن بحجم مشاهدة القنوات الفضائية العربية وتعددها : وهذا أمر متوقع خاصة مع الإغراءات الفنية في صياغة برامج القنوات الفضائية العربية المنوعة ، وما أدخل عليها من إبداع فني في الإخراج وغيره .

(١١) مقدار الزيادة والنقص في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٧٢)

الرقـم	زيادة أو نقص المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
١	زيادة المشاهدة	١١٠	٪٧٣,٣
٢	نقص المشاهدة	٣٨	٪٢٥,٣
٣	بدون إشارة لمقدار الزيادة أو النقص	٢	٪١,٣
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

يشير الجدول السابق إلى مقدار الزيادة والنقص في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة ، فجاءت زيادة المشاهدة للبرامج الدينية بالنسبة للإناث العربيات بتكرار (١١٠) بنسبة (٧٣,٣٪) ، أما نقص المشاهدة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة – جاء بتكرار (٣٨) بنسبة (٢٥,٣٪) ، ولم تشر حالتان لأي مقدار زيادة أو نقص وبنسبة (١,٣٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق ارتفاع نسبة زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات ، وهذا يشير إلى الرغبة في زيادة المشاهدة إذا ماتحسن أداء البرامج الدينية وأمكنها تلبية احتياجاتهن منها .

(١٢) ترتيب أسباب زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات - عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٧٣)

الرقم	السبب	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	لزيادة الثقافة والمعرفة الدينية	١١٨	٣٢	١٥٠	٧٨,٦٪	١٢,١	الأولى
٢	تقديمها حلولاً لمشكلات اجتماعية معاصرة	١٠٥	٤٥	١٥٠	٧٠٪	١١,٦	الثانية
٣	تحتوي على فتاوي وأحكام فقهية	١٠١	٤٩	١٥٠	٦٧,٣٪	١١,٢	الثالثة
٤	لحاجة المشاهد إليها في معرفة الأحكام الشرعية	٩٢	٥٨	١٥٠	٦١,٣٪	١٠,٢	الرابعة
٥	تناولها لقضايا معاصرة تهم الأمة الإسلامية	٧٨	٧٢	١٥٠	٥٢٪	٨,٦	الخامسة
٦	استضافتها لعلماء ومفكرين على مستوى عال	٧٧	٧٣	١٥٠	٥١,٣٪	٨,٥	السادسة
٧	استغلال الوقت في شيء مفيد	٧١	٧٩	١٥٠	٤٧,٣٪	٧,٨	السابعة
٨	الهروب من برامج القنوات الفضائية الهابطة	٦٢	٨٨	١٥٠	٤١,٣٪	٦,٨	الثامنة
٩	تطور أداء البرامج الدينية في الفضائيات العربية	٥٣	٩٧	١٥٠	٣٥,٣٪	٥,٨	التاسعة
١٠	لطرح بعض الأسئلة على العلماء من خلال المشاركة	٣٨	١١٢	١٥٠	٢٥,٣٪	٤,٢	العاشرة
١١	كثرة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية	٢٦	١٢٤	١٥٠	١٧,٣٪	٢,٨	الحادية عشرة

أشار الجدول السابق إلى أسباب زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة ، فجاء زيادة الثقافة والمعرفة الدينية في المرتبة الأولى بمتوسط (١٣,١) وبنسبة (٧٨,٦٪) بتكرار (١١٨) ، والمرتبة الثانية كانت لتقديم البرامج الدينية حلولاً لمشكلات اجتماعية معاصرة بمتوسط (١١,٦) وبنسبة (٧٠٪) بتكرار (١٠٥) ، وفي المرتبة الثالثة لأنها تحتوي على فتاوى وأحكام فقهية بمتوسط (١١,٢) بنسبة (٦٧,٣٪) بتكرار (١٠١) والمرتبة الرابعة لحاجة المشاهدات إلى البرامج الدينية في معرفة الأحكام الشرعية بمتوسط (١٠,٢) وبنسبة (٦١,٣٪) بتكرار وقدره (٩٢) ، والمرتبة الخامسة لتناول البرامج الدينية لقضايا معاصرة تهم الأمة الإسلامية بمتوسط (٨,٦) وبنسبة (٥٢٪) بتكرار (٧٨) ، والمرتبة السادسة استضافة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لعلماء ومفكرين على مستوى عال بمتوسط (٨,٥) وبنسبة (٥١,٣٪) بتكرار (٧٧) ، والمرتبة السابعة استغلال الوقت في شيء مفيد بمتوسط (٧,٨) وبنسبة ٤٧,٣٪) بتكرار (٧١) ، والمرتبة الثامنة الهروب من برامج القنوات الفضائية الهابطة بمتوسط (٦,٨) وبنسبة (٤١.٣٪) بتكرار (٦٢) ، والمرتبة التاسعة تطور أداء البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بمتوسط (٥,٨) وبنسبة (٣٥,٣٪) بتكرار (٥٣) ، والمرتبة العاشرة لطرح بعض الأسئلة على العلماء من خلال المشاركة بمتوسط (٤,٢) وبنسبة (٢٥,٣٪) بتكرار (٣٨) ، والمرتبة الحادية عشرة كثرة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بمتوسط (٢,١) وبنسبة (١٧,٣٪) بتكرار وقدره (٢٦) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن الإناث العربيات – عينة الدراسة – يرغبن أكثر في زيادة الثقافة والمعرفة الدينية ، والبحث عن حلول لمشكلاتهن الاجتماعية والفتاوى والأحكام الفقهية ؛ مما يشير إلى مدى احتياجهن لذلك ، الأمر الذي يحتم على القنوات الفضائية العربية الاهتمام بهذه النواحي في برامجها الدينية ، التي تعد ذات فائدة عظمى للمشاهدات العربيات – عينة الدراسة – إذا ماطورت من أدائها .

(١٣) ترتيب أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٧٤)

الرقم	السبب	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	لاتقدم حلولاً كافية للمشكلات الإجتماعية	١٠٢	٤٨	١٥٠	٪٦٨	١١,٣	الأولى
٢	تقديم بعض الفضائيات برامج منوعة مغرية	٤٢	١٠٨	١٥٠	٪٢٨	٤,٦	الثانية
٣	العلماء والمفكرون فيها دون المستوى المطلوب	٤١	١٠٩	١٥٠	٪٢٧,٣	٤,٥	الثالثة
٤	وقت البرنامج الديني لايتناسب مع وقت الفراغ	٣٦	١١٤	١٥٠	٪٢٤	٤	الرابعة
٥	لاتعد مصدراً من مصادر تلقي الثقافة الدينية	٣٥	١١٥	١٥٠	٪٢٣,٣	٣.٨	الخامسة
٦	لا تهتم بقضايا إسلامية معاصرة وتناقشها	٣١	١١٩	١٥٠	٪٢٠,٦	٣,٤	السادسة
٧	الاهتمام بالبرامج الدينية في الفضائيات دون المستوى المطلوب	٣٠	١٢٠	١٥٠	٪٢٠	٣,٣	السابعة
٨	عدم الوثوق في مصداقيتها	٩	١٤١	١٥٠	٪٦	١	الثامنة
٩	عدم وجود رعاية كافية للبرنامج الديني	–	١٥٠	١٥٠	–	–	التاسعة

أشار الجدول السابق إلى أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة ، فقد جاء سبب أن البرامج الدينية لاتقدم حلولاً كافية للمشكلات الاجتماعية في المرتبة الأولى بمتوسط (١١,٣) بنسبة (٦٨٪) ، وبتكرار (١٠٢) ، وفي المرتبة الثانية جاء سبب أن الفضائيات العربية تقدم برامج منوعة ومغرية بمتوسط (٤,٦) بنسبة (٢٨٪) وبتكرار (٤٢) ، وفي المرتبة الثالثة جاء سبب أن العلماء والمفكرين الضيوف في البرامج الدينية دون المستوى المطلوب بمتوسط (٤,٥) بنسبة (٢٧,٣٪) وبتكرار (٤١) ، وفي المرتبة الرابعة جاء سبب أن وقت إذاعة البرامج الدينية لا يتناسب مع وقت فراغ المشاهدات العربيات –عينة الدراسة– بمتوسط (٤) بنسبة (٢٤٪) ، وبتكرار (٣٦) ، وفي المرتبة الخامسة جاء سبب أن المشاهدات العربيات –عينة الدراسة– لايعتبرن البرامج الدينية مصدراً من مصادر تلقي الثقافة الدينية بمتوسط (٣,٨) بنسبة (٢٣,٣٪) وبتكرار (٣٥) ، وفي المرتبة السادسة جاء سبب أن البرامج الدينية لاتهتم بقضايا إسلامية معاصرة وتناقشها بمتوسط (٣,٤) بنسبة (٢٠,٦٪) وبتكرار (٣١) ، وفي المرتبة السابعة جاء سبب أن الاهتمام بالبرامج الدينية في الفضائيات دون المستوى المطلوب بمتوسط (٣,٣) بنسبة (٢٠٪) وبتكرار (٣٠) ، وفي المرتبة الثامنة جاء سبب عدم الوثوق في مصداقيتها بمتوسط (١) بنسبة (٦٪) وبتكرار (٩) ، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة جاء سبب عدم وجود رعاية كافية للبرنامج الديني الذي لم يذكر عنه شيء .

ويلاحظ على الجدول السابق ارتفاع نسبة سبب أن البرامج الدينية في الفضائيات العربية لاتقدم حلولاً كافية للمشكلات الاجتماعية : مما يشير إلى حاجة الإناث العربيات إلى برامج دينية تهتم وتعالج المشكلات الاجتماعية المتعددة ، كما يلاحظ على الجدول أيضاً تقارب نسب أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ؛ مما يشير إلى أن كل الأسباب هي محل نظر ويجب عدم إغفالها عند التخطيط البرامجي للمضامين الدينية .

(١٤) ترتيب أشكال البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات - عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٧٥)

الرقم	الشكل	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	الندوة بمشاركة جمهور خارجي	١٤٢	٨	١٥٠	٩٤,٦٪	١٥,٧	الأولى
٢	المقابلة	١٤٢	٨	١٥٠	٩٤,٦٪	١٥,٧	الثانية
٣	الحديث	١٣٨	١٢	١٥٠	٩٢٪	١٥,٣	الثالثة
٤	التمثيلية	١٢٨	٢٢	١٥٠	٨٥,٣٪	١٤,٢	الرابعة
٥	الدراما	١٢٤	٢٦	١٥٠	٨٢,٦٪	١٣,٧	الخامسة
٦	المجلة	١٠٦	٤٤	١٥٠	٧٠,٦٪	١١,٧	السادسة
٧	المسابقة	٨٠	٧٠	١٥٠	٥٣,٣٪	٨,٨	السابعة
٨	المسلسل الديني	٤٨	١٠٢	١٥٠	٣٢٪	٥,٣	الثامنة
٩	الفيلم	٣٦	١١٤	١٥٠	٢٤٪	٤	التاسعة

يظهر الجدول السابق أشكال البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة – ، حيث جاء ت الندوة بمشاركة جمهور خارجي علـى الهواء مباشرة في المرتبة الأولى بمتوسط (١٥,٧) بنسبة (٩٤,٦٪) وبتكرار (١٤٢) ، والمرتبة الثانية المقابلة بمتوسط (١٥,٧) بنسبة (٩٤,٦٪) وبتكرار (١٤٢) والمرتبة الثالثة الحديث بمتوسط (١٥,٣) بنسبة (٩٢٪) وبتكرار (١٣٨) ، والمرتبة الرابعة التمثيلية بمتوسط (١٤,٢) بنسبة (٨٥,٣٪) وبتكرار (١٢٨) ، والمرتبة الخامسة كانت الدراما بمتوسط (١٣,٧) بنسبة (٨٢,٦٪) وبتكرار (١٢٤) والمرتبة السادسة جاء ت المجلة بمتوسط (١١,٧) بنسبة (٧٠,٦١٪) وبتكرار (١٠٦) والمرتبة السابعة جاء ت المسابقة بمتوسط (٨,٨) بنسبة (٥٣,٣٪) وبتكرار (٨٠) ، والمرتبة الثامنة المسلسل الديني بمتوسط (٥.٣) بنسبة (٣٢٪) وبتكرار (٤٨) والمرتبة التاسعة الفيلم بمتوسط (٤) بنسبة (٢٤٪) ، وبتكرار (٣٦) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن أفضل شكل عند الإناث العربيات – عينة الدراسة – كانت للندوة التي يشارك فيها جمهور خارجي على الهواء مباشرة ؛ وهذا أمر طبيعي لأن هذا الشكل يتيح للمشاهدات منهن المشاركة وإبداء الرأي أو السؤال أو المناقشة الفورية ، لذلك تلقى قبولاً حسناً عند أغلب الإناث العربيات – عينة الدراسة – ، كما أن المقابلة جاء ت من أفضل الأشكال البرامجية المفضلة وبنسبة «الندوة » نفسها ؛ وربما يرجع ذلك إلى أن المقابلة والحديث من أقدم أشكال البرامج الدينية وقد اعتاد المشاهد على هذه الأشكال البرامجية في المضمون الديني .

المبحـــث الثانــي

- دوافع مشاهدة الجمهور السعودي والعربي -عينة الدراسة- للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية

المطلب الأول : دوافع الجمهور السعودي

المطلب الثاني : دوافع الجمهور العربي

المطلب الأول : دوافع الجمهور السعودي – عينة الدراسة .

(أ) ترتيب دوافع مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين – عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٧٦)

الرقم	الدافـــــع	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا	٩٠	٦٠	١٥٠	٦٠٪	١٠	الأولى
٢	الحرص على زيادة الثقافة الدينية	٨٢	٦٨	١٥٠	٥٤,٦٪	٩,١	الثانية
٣	الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء مفيدة	٧٢	٧٨	١٥٠	٤٨٪	٨	الثالثة
٤	الاهتمام بالإسلام والمسلمين	٧٠	٨٠	١٥٠	٤٦,٦٪	٧,٧	الرابعة
٥	الحاجة إلى الفقه في علوم الدين الإسلامي	٦٤	٨٦	١٥٠	٤٢,٦٪	٧,١	الخامسة
٦	الاهتمام بالطروحات الفكرية في بعض قضايا المسلمين	٦٤	٨٦	١٥٠	٤٢,٦٪	٧,١	السادسة
٧	الحرص على الاستماع إلى العلماء	٥٠	١٠٠	١٥٠	٣٣,٣٪	٥,٥	السابعة
٨	الاستماع إلى النصح والتوجيه والإرشاد	٤٨	١٠٢	١٥٠	٣٢٪	٥,٣	الثامنة
٩	معرفة دور الحضارة الإسلامية في تقدم الإنسانية	٣٦	١١٤	١٥٠	٢٤٪	٤	التاسعة
١٠	لأن برامجها تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية	٣٣	١١٧	١٥٠	٢٢٪	٣,٦	العاشرة
١١	لتميز البرامج الدينية في القنوات الفضائية عنها في التلفزيون المحلي	٣٢	١١٨	١٥٠	٢١,٣٪	٣,٥	الحادية عشرة
١٢	المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء لتقديم وجهة نظر أو تصحيح رأي	٢٥	١٢٥	١٥٠	١٦,٦٪	٢,٧	الثانية عشرة
١٣	لأن البرامج الدينية تعيد للمسلم روحانيته وانتماءه	٩	١٤١	١٥٠	٦٪	١	الثالثة عشرة

يشـيـر الجـدول السـابق إلى دوافع مـشـاهـدة البـرامج الدينيـة في القنوات الفضـائية العربيـة لدى الذكور السـعوديين – عينة الدراسة ، فـجاء دافع الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضـايا في المرتبة الأولى بمتوسط بلغ (١٠) بنسبة (٦٠٪) وبتكرار بلغ (٩٠) ، وفي المرتبة الثـانيـة جاء دافع الحـرص على زيادة الثـقـافـة الدينيـة بمتوسط (٩,١) بنسبة (٥٤,٦٪) وبتكرار (٨٢) ، ودافع الاستفادة من وقت الفراغ في مشـاهدة أشياء مـفيدة في المرتبة الثـالثة بمتوسط (٨,١) بنسبة (٤٨٪) وبتكرار بلغ (٧٢) ، وفي المرتبة الرابعة دافع الاهتمام بالإسلام والمسلمين بمتوسط (٧,٧) بنسبة (٤٦,٦٪) وبتكرار بلغ (٧٠) ، وفي المرتبة الخامسة جاء دافع الحاجة إلى الفقه في علوم الدين بمتوسط (٧,١) بنسبة (٤٢,٦٪) وبتكرار (٦٤) ، وفي المرتبة السادسة جاء دافع الاهتمام بالطروحات الفكرية في بعض قضايا المسلمين بمتوسط (٧,١) بنسبة (٤٢,٦٪) وبتكرار (٦٤) ، والمرتبة السابعة جاء دافع الحرص على الاستماع إلى العلماء بمتوسط (٥,٥) بنسبة (٣٣,٣٪) وبتكرار (٥٠) ، والمرتبة الثامنة جاء دافع الاستماع إلى النصح والتوجيه والإرشاد بمتوسط (٥,٣) بنسبة (٣٢٪) وبتكرار بلغ (٣٦) ، وفي المرتبة العاشرة جاء دافع أنها تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية بمتوسط (٣,٦) بنسبة (٢٢٪) وبتكرار بلغ (٣٣) ، والمرتبة الحادية عشرة جاء دافع تميز البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عنها في التلفزيون المحلي بمتوسط (٣,٥) بنسبة (٢١,٣٪) وبتكرار (٣٢) ، والمرتبة الثانية عشرة جاء دافع المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء لتقديم وجهة نظر أو تصحيح رأي بمتوسط (٢,٧) بنسبة (١٦,٦٪) وبتكرار (٢٥) ، والمرتبة الثالث عشرة جاء دافع أن البرامج الدينية تعيد للمسلم روحانيته وانتماءه بمتوسط (١) بنسبة (٦٪) وبتكرار (٩) ، ويلاحظ على الجدول السابق أن الذكور السعوديين –عينة الدراسة– لديهم اهتمام كبير بدافع معرفة الأحكام الشرعية ، ودافع زيادة الثقافة الدينية ، وهو ما يتلاء م مع طبيعة مجتمعنا المحافظ ، ويعطي إشارة إلى وجوب تكثيف البرامج الدينية لتتناسب مع احتياجات الذكور السعوديين ، خاصة أن لديهم رغبة لذلك – كما أثبتت الدراسة ، كما يلاحظ أن كل دوافع المشاهدة للبرامج الدينية محل اهتمام الذكور السعوديين وإن تفاوتت نسبها .

(ب) ترتيب دوافع مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٧٧)

الرقم	الدافـــــع	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا	٩٨	٥٢	١٥٠	٪٦٥,٣	١٠.٨	الأولى
٢	الحرص على زيادة الثقافة الدينية	٩٢	٥٨	١٥٠	٪٦١,٣	١٠,٢	الثانية
٣	الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء مفيدة	٨٧	٦٣	١٥٠	٪٥٨	٩,٦	الثالثة
٤	لأن برامجها تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية	٦١	٨٩	١٥٠	٪٤٠,٦	٦.٧	الرابعة
٥	الحرص على الاستماع إلى العلماء	٦٠	٩٠	١٥٠	٪٤٠	٦.٦	الخامسة
٦	الاهتمام بالإسلام والمسلمين	٥٩	٩١	١٥٠	٪٣٩,٣	٦,٥	السادسة
٧	الحاجة إلى الفقه في علوم الدين الإسلامي	٥٨	٩٢	١٥٠	٪٣٨,٦	٦,٤	السابعة
٨	الاستماع إلى النصح والتوجيه والإرشاد	٥١	٩٩	١٥٠	٪٣٤	٥,٦	الثامنة
٩	الاهتمام بالطروحات الفكرية في بعض قضايا المسلمين	٥١	٩٩	١٥٠	٪٣٤	٥,٦	التاسعة
١٠	لتميز البرامج الدينية في القنوات الفضائية عنها في التلفزيون المحلي	٣٤	١١٦	١٥٠	٪٢٢,٦	٣,٧	العاشرة
١١	معرفة دور الحضارة الإسلامية في تقدم الإنسانية	٣٢	١١٨	١٥٠	٪٢١,٣	٣,٥	الحادية عشرة
١٢	المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء لتقديم وجهة نظر أو تصحيح رأي	١٩	١٣١	١٥٠	٪١٢,٦	٢,١	الثانية عشرة
١٣	لأن البرامج الدينية تعيد للمسلم روحانيته وانتماءه	٢	١٤٨	١٥٠	٪١,٣	٠,٢	الثالثة عشرة

يوضح الجدول السابق دوافع مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة ، فجاء دافع الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا في المرتبة الأولى بمتوسط (١٠,٨) بنسبة (٦٥,٣٪) بتكرار (٩٨) ، وفي المرتبة الثانية جاء دافع الحرص على زيادة الثقافة الدينية بمتوسط (١٠,٢) بنسبة (٦١,٣٪) وبتكرار (٩٢) ، والمرتبة الثالثة جاء دافع الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء مفيدة بمتوسط (٩,٦) بنسبة (٥٨٪) وبتكرار (٨٧) ، وفي المرتبة الرابعة جاء دافع أن البرامج الدينية تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية بمتوسط (٦,٧) بنسبة (٤٠,٦٪) وبتكرار (٦١) ، وفي المرتبة الخامسة جاء دافع الحرص على الاستماع إلى العلماء بمتوسط (٦,٦) بنسبة (٤٠٪) وبتكرار (٦٠) ، والمرتبة السادسة جاء الاهتمام بالإسلام والمسلمين بمتوسط (٦,٥) بنسبة (٣٩,٣٪) وبتكرار (٥٩) ، والمرتبة السابعة جاء دافع الحاجة إلى الفقه في علوم الدين بمتوسط (٦.٤) بنسبة (٣٨,٦٪) وبتكرار (٥٨) ، والمرتبة الثامنة جاء دافع الاستماع إلى النصح والتوجيه والإرشاد بمتوسط (٥,٦) بنسبة (٣٤٪) وبتكرار (٥١) ، والمرتبة التاسعة جاء دافع الاهتمام بالطروحات الفكرية في بعض القضايا الإسلامية بمتوسط (٥,٦) بنسبة (٣٤٪) وبتكرار (٥١) ، والمرتبة العاشرة جاء دافع تميز البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عنها في التلفزيون المحلي بمتوسط (٣,٧) بنسبة (٢٢,٦٪) وبتكرار (٣٤) ، وفي المرتبة الحادية عشرة جاء دافع معرفة دور الحضارة الإسلامية في تقدم الإنسانية بمتوسط (٣,٥) بنسبة (٢١,٣٪) وبتكرار (٣٢) ، والمرتبة الثانية عشرة جاء دافع المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء مباشرة لتقديم وجهة نظر أو تصحيح رأي بمتوسط (٢,١) بنسبة (١٢,٦٪) وبتكرار (١٩) ، والمرتبة الثالثة عشرة جاء دافع أن البرامج الدينية تعيد للمسلم روحانيته وانتماءه بمتوسط (٠,٢) بنسبة (١,٣٪) وبتكرار (٢) .

ويلاحظ على الجدول السابق اهتمام الإناث السعوديات بدافع معرفة الأحكام الشرعية ، ودافع زيادة الثقافة الدينية ؛ الأمر الذي يبشر بالخير على هذا التوجه . وطبيعة المرأة السعودية في مجتمعنا طبيعة ذات توجهات دينية محافظة ، كما يلاحظ أن دافع مشاركة الإناث السعوديات – عينة الدراسة – في الحوارات على الهواء مباشرة جاء في مرتبة متأخرة ، وهو مايتسق مع طبيعة المرأة السعودية وحيائها ، كما أن هناك قنوات أخرى لديها موثوقة لتلقي المعرفة الدينية .

المطلب الثاني : دوافع الجمهور العربي – عينة الدراسة :

(أ) ترتيب دوافع مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب – عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٧٨)

الرقم	الدافـــــع	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	الحرص على زيادة الثقافة الدينية	١٠٣	٤٧	١٥٠	٦٨.٦٪	١١,٤	الأولى
٢	الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا	٩٦	٥٤	١٥٠	٦٤٪	١٠,٦	الثانية
٣	الاهتمام بالإسلام والمسلمين	٩٢	٥٨	١٥٠	٦١,٣٪	١٠,٢	الثالثة
٤	الحاجة إلى الفقه في علوم الدين الإسلامي	٨٩	٦١	١٥٠	٥٩,٣٪	٩,٨	الرابعة
٥	الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء مفيدة	٨٣	٦٧	١٥٠	٥٥,٣٪	٩,٢	الخامسة
٦	الاهتمام بالطروحات الفكرية في بعض قضايا المسلمين	٨١	٦٩	١٥٠	٥٤٪	٩	السادسة
٧	الحرص على الاستماع إلى العلماء	٧٩	٧١	١٥٠	٥٢,٦٪	٨,٧	السابعة
٨	الاستماع إلى النصح والتوجيه والإرشاد	٦٢	٨٨	١٥٠	٤١,٣٪	٦,٨	الثامنة
٩	معرفة دور الحضارة الإسلامية في تقدم الإنسانية	٦٠	٩٠	١٥٠	٤٠٪	٦,٦	التاسعة
١٠	لأن برامجها تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية	٥٢	٩٨	١٥٠	٣٤,٦٪	٥,٧	العاشرة
١١	المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء لتقديم وجهة نظر أو تصحيح رأي	٣٨	١١٢	١٥٠	٢٥,٣٪	٤,٢	الحادية عشرة
١٢	لتميز البرامج الدينية في القنوات الفضائية عنها في التلفزيون المحلي	٣٦	١١٤	١٥٠	٢٤٪	٤	الثانية عشرة
١٣	لأن البرامج الدينية تعيد للمسلم روحانيته وانتماءه	٢٠	١٣٠	١٥٠	١٣,٣٪	٢,٢	الثالثة عشرة

يوضح الجدول السابق دوافع مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب – عينة الدراسة ، فجاء دافع الحرص على زيادة الثقافة الدينية في المرتبة الأولى بمتوسط (١١,٤) بنسبة (٦٨,٦٪) وبتكرار (١٠٣) ، والمرتبة الثانية جاء دافع الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا بمتوسط (١٠,٦) بنسبة (٦٤٪) وبتكرار (٩٦) ، والمرتبة الثالثة جاء دافع الاهتمام بالإسلام والمسلمين بمتوسط (١٠,٢) بنسبة (٦١,٣٪) وبتكرار (٩٢) ، والمرتبة الرابعة جاء دافع الحاجة للفقه في علوم الدين الاسلامي بمتوسط (٩,٨) بنسبة (٥٩,٣٪) وبتكرار (٨٩) ، والمرتبة الخامسة جاء دافع الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء مفيدة بمتوسط (٩,٢) بنسبة (٥٥,٣٪) وبتكرار (٨٣) ، والمرتبة السادسة جاء دافع الاهتمام بالطروحات الفكرية في بعض قضايا المسلمين بمتوسط (٩) بنسبة (٥٤٪) بتكرار (٨١) ، والمرتبة السابعة جاء دافع الحرص على الاستماع إلى العلماء بمتوسط (٨.٧) بنسبة (٥٢,٦٪) وبتكرار (٧٩) ، والمرتبة الثامنة جاء دافع الاستماع إلى النصح والتوجيه والإرشاد بمتوسط (٦,٨) بنسبة (٤١,٣٪) وبتكرار (٦٢) ، والمرتبة التاسعة جاء دافع معرفة دور الحضارة الإسلامية في تقدم الإنسانية بمتوسط (٦,٦) بنسبة (٤٠٪) وبتكرار (٦٠) ، والمرتبة العاشرة جاء دافع أن البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية بمتوسط (٥,٧) بنسبة (٣٤,٦٪) وبتكرار (٥٢) ، والمرتبة الحادية عشرة جاء دافع المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء مباشرة لتقديم وجهة نظر أو تصحيح رأي بمتوسط (٤,٢) بنسبة (٢٥,٣٪) وبتكرار (٣٨) ، والمرتبة الثانية عشرة جاء دافع تميز البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عنها في التلفزيون المحلي بمتوسط (٤) بنسبة (٢٤٪) بتكرار (٣٦) ، والمرتبة الثالث عشرة جاء دافع أن البرامج الدينية تعيد للمسلم روحانيته وانتماءه بمتوسط (٢,٢) بنسبة (١٣,٣٪) وبتكرار (٢٠) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن دافع الحرص على زيادة الثقافة الدينية ، ودافع الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا يشيران إلى حاجة الذكور العرب –عينة الدراسة –إلى برامج دينية مكثفة ، إذ أن معظم قنوات التلفزيون الفضائية العربية شحيحة جداً في هذا الجانب عدا قناتي :الشارقة واقرأ الفضائيتين ، فالجمهور العربي جمهور مسلم ويحتاج إلى زاد يومي من البرامج الدينية ، حيث إن جميع شؤون حياته مرتبطة بالدين الإسلامي .

(ب) ترتيب دوافع مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٧٩)

الرقم	الدافــــع	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا	١١٤	٣٦	١٥٠	٧٦٪	١٢,٦	الأولى
٢	الحرص على زيادة الثقافة الدينية	١١١	٣٩	١٥٠	٧٤٪	١٢,٣	الثانية
٣	الاهتمام بالطروحات الفكرية في بعض قضايا المسلمين	١٠٩	٤١	١٥٠	٧٢٪	١٢,١	الثالثة
٤	الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء مفيدة	١٠١	٤٩	١٥٠	٦٧٪	١١,٢	الرابعة
٥	الاهتمام بالإسلام والمسلمين	٩٩	٥١	١٥٠	٦٦٪	١١	الخامسة
٦	الحرص على الاستماع إلى العلماء	٩٥	٥٥	١٥٠	٦٣٪	١٠,٥	السادسة
٧	معرفة دور الحضارة الإسلامية في تقدم الإنسانية	٨٨	٦٢	١٥٠	٥٨,٦٪	٩,٧	السابعة
٨	الاستماع إلى النصح والتوجيه والإرشاد	٨٧	٦٣	١٥٠	٥٨٪	٩,٦	الثامنة
٩	الحاجة إلى الفقه في علوم الدين الإسلامي	٨٤	٦٦	١٥٠	٥٦٪	٩,٣	التاسعة
١٠	لتميز البرامج الدينية في القنوات الفضائية عنها في التلفزيون المحلي	٧٣	٧٧	١٥٠	٤٨,٦٪	٨,١	العاشرة
١١	المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء لتقديم وجهة نظر أو تصحيح رأي	٧٢	٧٨	١٥٠	٤٨٪	٨	الحادية عشرة
١٢	لأن برامجها تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية	٦١	٨٩	١٥٠	٤٠٪	٦,٧	الثانية عشرة
١٣	لأن البرامج الدينية تعيد للمسلم روحانيته وانتماءه	–	١٥٠	١٥٠	–	–	الثالثة عشرة

يشير الجدول السابق إلى دوافع مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة ، فجاء دافع الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا في المرتبة الأولى بمتوسط (١٢,٦) بنسبة (٧٦٪) وبتكرار (١١٤) ، والمرتبة الثانية جاء دافع الحرص على زيادة الثقافة الدينية بمتوسط (١٢,٣) بنسبة (٧٤٪) وبتكرار بلغ (١١١) ، والمرتبة الثالثة جاء دافع الاهتمام بالطروحات الفكرية في بعض القضايا الإسلامية بمتوسط (١٢,١) بنسبة (٧٢٪) وبتكرار (١٠٩) ، وفي المرتبة الرابعة جاء دافع الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء مفيدة بمتوسط (١١,٢) بنسبة (٦٧٪) وبتكرار (١٠١) ، والمرتبة الخامسة جاء دافع الاهتمام بالإسلام والمسلمين بمتوسط (١١) بنسبة (٦٦٪) وبتكرار(٩٩) ، والمرتبة السادسة جاء دافع الحرص على الاستماع إلى العلماء بمتوسط (١٠,٥) بنسبة (٦٣٪) وبتكرار (٩٥) ، والمرتبة السابعة جاء دافع معرفة دور الحضارة الإسلامية في تقدم الإنسانية بمتوسط (٩,٧) بنسبة (٥٨.٦٪) وبتكرار (٨٨) ، وفي المرتبة الثامنة جاء دافع الاستماع إلى النصح والتوجيه والإرشاد بمتوسط (٩,٦) بنسبة (٥٨٪) وبتكرار (٨٧) ، وفي المرتبةالتاسعة جاء دافع الحاجة إلى الفقه في علوم الدين الإسلامي بمتوسط (٩,٣) بنسبة (٥٦٪) وبتكرار (٨٤) ، وفي المرتبة العاشرة جاء دافع تميز البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عنها في التلفزيون المحلي بمتوسط (٨,١) بنسبة (٤٨,٦٪) وبتكرار (٧٣) ، والمرتبة الحادية عشرة جاء دافع المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء لتقديم وجهة نظر أو تصحيح رأي بمتوسط (٨) بنسبة (٤٨٪) وبتكرار (٧٢) ، والمرتبة الثانية عشرة جاء دافع أن البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية بمتوسط (٦,٧) بنسبة (٤٠٪) وبتكرار (٦١) ، والمرتبة الثالثة عشرة جاء دافع أن البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية تعيد للمسلم روحانيته وانتماءه بدون تكرار يذكر .

ويلاحظ هنا أيضاً أن دافع الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية ، ودافع الحرص على زيادة الثقافة الدينية ، يشيران إلى اهتمام الإناث العربيات – عينة الدراسة – بالجوانب الدينية ؛ لأن حاجة المسلم – كما أسلفنا – للدين بكل جوانبه حاجة ضرورية ، ويجب أن تكثف البرامج الدينية التوجيهية في القنوات الفضائية العربية ، لأن الدراسة الميدانية على الجمهور أثبتت مدى حاجته لتلك البرامج المتضمنة توجيهات دينية يحتاجها المسلم يومياً .

المبحث الثالث

إشباعات الجمهور السعـــودي والعربي من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية

المطلب الأول : إشباعات الجمهور السعودي .

المطلب الثاني : إشباعات الجمهور العربي .

– المطلب الأول : إشباعات الجمهور السعودي :

(أ) إشباعات الذكور السعوديين :

(١) مدى ما تحققه البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من حاجات للذكور السعوديين – عينة الدراسة :

جدول رقم (٨٠)

الرقم	مدى ماتحققه البرامج الدينية من حاجات	التكرار	النسبة المئوية
١	دائمًا	٥	٣,٣٪
٢	أحيانًا	٩٤	٦٢,٧٪
٣	نادرًا	٤٦	٣٠٪
٤	لم تحقق شيئًا	٥	٣,٣٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى مدى ما تحققه البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من حاجات لدى الذكور السعوديين – عينة الدراسة ، فنجد أن ماحققته البرامج الدينية في القنوات الفضائية من حاجات للذكور السعوديين دائمًا كان بتكرار (٥) بنسبة (٣,٣٪) ، وما حققته من حاجات أحياناً كان بتكرار (٩٤) بنسبة (٦٢.٧٪) ، وما حققته نادرًا جاء بتكرار (٤٦) بنسبة (٣٠٪) ، ولم تحقق أية حاجات للمشاهد بتكرار (٥) وبنسبة (٣,٣٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق ارتفاع نسبة الحاجات المتحققة لدى الذكور السعوديين –عينة الدراسة – وإن البرامج الدينية قد لبت كثيرًا من حاجات العينة .

(٢) مدى اعتماد الذكور السعوديين عينة الدراسة على الفتاوى والأحكام الفقهية التي تطرح في البرامج الدينية في القنوات الفضائية :

جدول رقم (٨١)

الرقم	مدى الاعتماد على فتاوى البرامج الدينية في القنوات الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
١	دائماً	٨	٥,٣٪
٢	أحياناً	٧٧	٥١,٣٪
٣	نادراً	٣٥	٢٣,٣٪
٤	لا أعتمد عليها	٣٠	٢٠٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى مدى اعتماد الذكور السعوديين – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية التي تطرح في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فجاء اعتماد المشاهدين على الفتاوى والأحكام الفقهية التي تطرح في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية دائمًا بتكرار (٨) ونسبة (٥,٣٪) ، أما اعتماده أحيانًا جاء بتكرار (٧٧) بنسبة (٥١,٣٪) ، أما اعتماده نادراً جاء بتكرار (٣٥) بنسبة (٢٣,٣٪) ، ولم يعتمد المشاهد عليها جاء بتكرار (٣٠) بنسبة (٢٠٪) .

وبذلك يكون مجموع الذين يعتمدون على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة – (١٢٠) مفردة بنسبة (٨٠٪) ، والذين لايعتمدون (٣٠) مفردة بنسبة (٢٠٪) . وهذا يشير إلى أن نسبة كبيرة من العينة يعتمد على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

(أ) أسباب عدم اعتماد الذكور السعوديين – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

جـــدول رقـــم (٨٢)

الرقم	سبب عدم الاعتماد	التكرار	النسبة المئوية
١	عدم الإشارة الى أي سبب	٨	٪٥,٣٣
٢	اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب	٧	٪٤,٦٦
٣	لمعرفة المشاهد بالأحكام والفتاوى التي يحتاجها	٤	٪٢,٦٦
٤	لايثق في العلماء والمفكرين الضيوف في البرامج الدينية	١١	٪٧,٣٣
	مجموع التكرارات	٣٠	٪٢٠

يشير الجدول السابق إلى عدم اعتماد الذكور السعوديين –عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، حيث بلغت عينة الذين لم يعتمدوا (٣٠) مفردة بنسبة (٢٠٪) من أصل (١٥٠) مفردة ، فبلغ الذين لم يذكروا أي سبب بتكرار (٨) مفردات بنسبة (٥,٣٣٪) ، وبلغ الذين لديهم سبب اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب بتكرار (٧) مفردات بنسبة (٤,٦٦٪) ، والذين لديهم سبب معرفة المشاهد بالأحكام والفتاوى التي يحتاجها بلغ تكراره (٤) مفردات بنسبة (٢,٦٦٪) ، وبلغ الذين لديهم سبب عدم وثوقهم في العلماء والمفكرين الضيوف في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بتكرار (١١) مفردة بنسبة (٧,٣٣) .

ويلاحظ هنا أن الذين لم يعتمدوا على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية نسبتهم منخفضة : وهذا يشير إلى قلة عدد الذكور السعوديين –عينة الدراسة – الذين لايعتمدون عليها .

(ب) أسباب اعتماد الذكور السعوديين – عينة الدراسة – **على الفتاوى والأحكام الفقهية** في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

جدول رقم (٨٣)

الرقم	أسباب الإعتماد	التكرار	النسبة المئوية
١	بدون ذكر سبب	٣٢	٢١,٢٣٪
٢	لعدم معرفته ببعض الأمور الدينية والفقهية	٣٩	٢٦٪
٣	لإستضافتها لعلماء على مستوى عال	٣٣	٢٢٪
٤	لأن لديه اطلاعاً واسعاً على أحكام الشريعة	١٦	١٠,٦٦٪
	مجموع التكرارات	١٢٠	٨٠٪

أشار الجدول السابق الى أسباب اعتماد الذكور السعوديين – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ؛ حيث بلغت عينة الذين اعتمدوا عليها (١٢٠) مفردة بنسبة (٨٠٪) من أصل (١٥٠) مفردة إجمالي عينة الذكور السعوديين ، فبلغ تكرار الذين لم يذكروا أي سبب (٣٢) مفردة بنسبة (٢١,٣٣٪) ، وتكرار الذين لديهم سبب عدم معرفتهم ببعض الأمور الدينية والفقهية بلغ (٣٩) مفردة بنسبة (٢٦٪) ، وتكرار الذين لديهم سبب استضافة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لعلماء على مستوى عال بلغ (٣٣) مفردة بنسبة (٢٢٪) ، وتكرار الذين لديهم اطلاع واسع على أحكام الشريعة الإسلامية بلغ (١٦) مفردة بنسبة (١٠,٦٦٪) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن فئة كبيرة من المبحوثين لديهم الرغبة في الاعتماد على فتاوى البرامج الدينية في الفضائيات ، كما يلاحظ تقارب نسب أسباب الاعتماد عدا السبب الخاص بالاطلاع الواسع بأحكام الشريعة .

٣- ترتيب أنواع البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين – عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٨٤)

م	نوع البرنامج	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	الثقافية	١١١	٣٩	١٥٠	٧٤٪	١٢,٣	الأولى
٢	التربوية والاجتماعية	١٠٥	٤٥	١٥٠	٧٠٪	١١,٦	الثانية
٣	الفقه والفتاوى	١٠٣	٤٧	١٥٠	٦٨,٦٪	١١,٤	الثالثة
٤	تفسير السنة النبوية	٨٦	٦٤	١٥٠	٥٧,٣٪	٩,٥	الرابعة
٥	تعليم القرآن وتفسيره وتجويده	٨٣	٦٧	١٥٠	٥٥,٣٪	٩,٢	الخامسة

يشير الجدول السابق إلى ترتيب أنواع البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين – عينة الدراسة ، فجاء ت البرامج الثقافية في المرتبة الأولى بمتوسط (١٢,٣) بنسبة (٧٤٪) بتكرار (١١١) ، والمرتبة الثانية جاء ت البرامج التربوية والاجتماعية بمتوسط (١١,٦) بنسبة (٧٠٪) وبتكرار (١٠٥) ، والمرتبة الثالثة جاء ت برامج الفقه والفتاوى بمتوسط (١١,٤) بنسبة (٦٨,٦٪) وبتكرار (١٠٣) ، والمرتبة الرابعة جاء ت تفسير السنة النبوية بمتوسط (٩,٥) بنسبة (٥٧,٣٪) وبتكرار (٨٦) ، والمرتبة الخامسة جاء ت برامج تعليم القرآن الكريم وتفسيره وتجويده بمتوسط (٩,٢) بنسبة (٥٥,٣٪) وبتكرار (٨٣) ، ويلاحظ أن البرامج الثقافية هي من أكثر البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين – عينة الدراسة ، وكذلك البرامج التربوية والاجتماعية ، وأيضاً برامج الفقه والفتاوى من البرامج المفضلة والتي جاء ت بنسب عالية ومتقاربة ، وهذا أمر طبيعي لحاجة المسلم لمعرفة بعض الأحكام الشرعية حيث إن حياته مرتبطة بعقيدته وما تشمله من أوامر ونواهٍ تنظم حركته ، وهذا النوع من البرامج يلقى إقبالاً كبيراً إذا كان على الهواء مباشرة ، حيث يتم الاتصال به من شتى بقاع الأرض ، خاصة مع يسر وسهولة الاتصال الدولي وما أفرزته وسائل الاتصال اليوم ، إلا أن شح هذا النوع من البرامج ، وهو ماأثبتته الدراسة التحليلية للبرامج في القنوات الفضائية العربية يجب ، أن يؤخذ في الاعتبار ، لذا من الضروري زيادة نسبة هذا النوع من البرامج خاصة أن المسلم هو في أشد الحاجة إليها .

٣- ترتيب موضوعات البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين - عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٨٥)

م	الموضوعات	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	آداب وأخلاق وقيم	١٠٩	٤١	١٥٠	٧٢,٦٪	١٢,١	الأولى
٢	الفكرية	١٠٤	٤٦	١٥٠	٦٩,٣٪	١١,٥	الثانية
٣	الثقافية	١٠٢	٤٨	١٥٠	٦٨٪	١١,٣	الثالثة
٤	التعبدية	١٠٠	٥٠	١٥٠	٦٦,٦٪	١١,١	الرابعة
٥	الدعوية والإرشادية	٩٥	٥٥	١٥٠	٦٣,٣٪	١٠,٥	الخامسة
٦	العقدية	٩٤	٥٦	١٥٠	٦٢,٦٪	١٠,٤	السادسة
٧	المعاملات والحدود	٣٩	١١١	١٥٠	٢٦٪	٤,٣	السابعة

أشار الجدول السابق إلى ترتيب موضوعات البرامج الدينية المفضلة ، فجاءت موضوعات الآداب والأخلاق والقيم في المرتبة الأولى بمتوسط (١٢,١) بنسبة (٧٢,٦٪) وبتكرار (١٠٩) ، وفي المرتبة الثانية جاء ت الموضوعات الفكرية بمتوسط (١١,٥) بنسبة (٦٩,٣٪) وبتكرار (١٠٤) ، وفي المرتبة الثالثة جاء ت الموضوعات الثقافية بمتوسط (١١,٣) بنسبة (٦٨٪) وبتكرار (١٠٢) ، وفي المرتبة الرابعة جاء ت الموضوعات التعبدية بمتوسط (١١,١) بنسبة (٦٦,٦٪) وبتكرار (١٠٠) ، وفي المرتبة الخامسة جاء ت الموضوعات الدعوية والإرشادية بمتوسط (١٠,٥) بنسبة (٦٣,٣٪) وبتكرار (٩٥) ، وجاء ت الموضوعات العقدية في المرتبة السادسة بمتوسط (١٠,٤) بنسبة (٦٢,٦٪) وبتكرار (٩٤) ، وفي المرتبة السابعة جاء ت موضوعات المعاملات والحدود بمتوسط (٤,٣) بنسبة (٢٦٪) وبتكرار (٣٩) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن موضوعات الآداب والأخلاق والقيم جاء ت بأعلى نسبة ؛ مما يشير إلى اهتمام الذكور السعوديين - عينة الدراسة - بهذا الجانب ، كما يلاحظ اهتمامهم أيضاً بالموضوعات الثقافية والفكرية ، مما يشير إلى أن الذكور السعوديين يتطلعون إلى زيادة ثقافتهم الدينية واهتمامهم بقضايا الأمة الفكرية ، إذ أن الجانب العقدي والتعبدي لايحتاجون فيه إلى تلق من غير مصادره الأصيلة .

(ب) إشباعات الإناث السعوديات :

(١) مدى ما تحققه البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من حاجات للمشاهدات السعوديات – عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٨٦)

الرقم	ماتحققه البرامج الدينية من حاجات	التكرار	النسبة المئوية
١	دائمًا	٢٠	٪١٣,٣
٢	أحيانًا	٨٥	٪٥٦,٧
٣	نادرًا	٣٠	٪٢٠,٠
٤	لم تحقق شيئًا	١٥	٪١٠
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

يشير الجدول السابق إلى مدى ماتحققه البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من حاجات للإناث السعوديات – عينة الدراسة ، فنجد أن ماحققته البرامج الدينية في القنوات الفضائية من حاجات للإناث السعوديات دائمًا كان بتكرار (٢٠) بنسبة (١٣,٣٪) ، وما حققته من حاجات أحيانًا كان بتكرار (٥٨) بنسبة (٥٦,٧٪) . وما حققته نادرًا جاء بتكرار (٣٠) بنسبة (٢٠,٠٪) . ولم تحقق أية حاجات بتكرار (١٥) وبنسبة (١٠٪) .

وبذلك يكون إجمالي ماحققته البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من حاجات لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة – شمل (١٣٥) مفردة بتكرار (٩٠٪) ، ولم تحقق أية حاجات شمل (١٥) مفردة بتكرار (١٠٪) ، وهذا يشير إلى أن البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية حققت كثيرًا من الاحتياجات للمشاهدات السعوديات – عينة الدراسة .

(٢) مدى اعتمادالإناث السعوديات – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية التي تطرح في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

جدول رقم (٨٧)

الرقم	مدى الاعتماد على فتاوى البرامج الدينية في القنوات الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
١	دائمًا	١٨	٪١٢,٠
٢	أحيانًا	٨١	٪٥٤,٠
٣	نادرًا	٢٥	٪١٦,٧
٤	لا أعتمد عليها	٢٦	٪١٧,٠
	مجموع التكرارات	١٥٠	٪١٠٠

يشير الجدول السابق إلى مدى اعتماد الإناث السعوديات على الفتاوى والأحكام الفقهية التي تطرح في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فقد جاء اعتماد المشاهدات من الإناث السعوديات – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية التي تطرح في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية دائمًا بتكرار (١٨) ، وبنسبة (١٢٪) ، أما اعتمادهن أحيانًا بتكرار (٨١) بنسبة (٥٤٪) ، ونادرًا بتكرار (٢٥) بنسبة (١٦,٧٪) ، ولم يعتمدن المشاهدات عليها جاء بتكرار (٢٦) بنسبة (١٧٪).

وبذلك يكون عدد مفردات الإناث السعوديات – عينة الدراسة – اللواتي يعتمدن على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بلغ (١٢٤) مفردة بنسبة (٨٣٪) ، وهذا يشير إلى أن نسبة كبيرة من الإناث السعوديات يعتمدن على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

(أ) أسباب عدم اعتماد الإناث السعوديات – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

جدول رقم (٨٨)

الرقم	السبب	التكرار	النسبة المئوية
١	عدم الإشارة إلى أي سبب	٣	٢,٠٪
٢	اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب	٤	٢,٦٦٪
٣	لمعرفة المشاهدات بالأحكام والفتاوى التي يحتجنها	١٦	١٠,٦٦٪
٤	لا تثق في العلماء والمفكرين الضيوف في البرامج الدينية	٣	٢,٠٪
	مجموع التكرارات	٢٦	١٧٪

أشار الجدول السابق إلى أسباب عدم اعتماد الإناث السعوديات – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية المطروحة في القنوات الفضائية العربية ، فبالنسبة إلى عدم الإشارة إلى أي سبب جاء بتكرار (٣) بنسبة (٢٪) ، أما السبب الثاني اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب جاء بتكرار (٤) بنسبة (٢,٦٦٪) ، والسبب الثالث الخاص بمعرفة المشاهدات بالأحكام الفقهية والفتاوى التي يحتجنها بتكرار (١٦) بنسبة (١٠,٦٦٪) ، والسبب الرابع أن الإناث السعوديات لايثقن في العلماء والمفكرين الضيوف في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية فقد جاء بتكرار (٣) بنسبة (٢٪) . ويلاحظ هنا أن نسبة معرفة المشاهدات من الإناث السعوديات – عينة الدراسة – بالأحكام والفتاوى الفقهية ، يشير إلى مدى اهتمامهن بمعرفة أحكام الشرع وخاصة مايتعلق بالنساء .

(ب) أسباب اعتماد الإناث السعوديات – عينة الدراسة – **على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :**

جدول رقم (٨٩)

الرقم	السبب	التكرار	النسبة المئوية
١	بدون ذكر سبب	٤٥	٣٠٪
٢	لعدم معرفتهن ببعض الأمور الدينية والفقهية	٣٥	٢٣,٣٣٪
٣	لاستضافتها لعلماء على مستوى عال	٢٧	١٨٪
٤	لديهن اطلاع واسع على أحكام الشريعة	٣٧	٢٤,٦٦٪
	مجموع التكرارات	١٢٤	٨٣٪

يشير الجدول السابق إلى أن أسباب اعتماد الإناث السعوديات – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فقد جاء بدون ذكر سبب بتكرار (٤٥) بنسبة (٣٠٪) ، وجاء سبب عدم معرفتهن ببعض الأمور الدينية والفقهية بتكرار (٣٥) بنسبة (٢٣,٣٣٪) ، وجاء سبب استضافة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لعلماء على مستوى عال بتكرار (٢٧) بنسبة (١٨٪) ، وجاء سبب أن لديهن اطلاعًا واسعًا على أحكام الشريعة الاسلامية بتكرار (٣٧) بنسبة (٢٤.٦٦٪) ، حيث بلغ إجمالي مفردات الإناث السعوديات عينة الدراسة اللواتي يعتمدن على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية (١٢٤) مفردة بنسبة (٨٣٪) من أصل (١٥٠) مفردة .

ويلاحظ هنا تقارب نسب أسباب الاعتماد بالنسبة للإناث السعوديات – عينة الدراسة .

٣- ترتيب أنواع البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٩٠)

م	نوع البرامج	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	برامج الفقه والفتاوى	١٢٦	٢٤	١٥٠	٨٤٪	١٤	الأولى
٢	البرامج التربوية والاجتماعية	١٢٤	٢٦	١٥٠	٨٢,٦٪	١٣,٧	الثانية
٣	البرامج الثقافية	١٠٢	٤٨	١٥٠	٦٨٪	١١,٣	الثالثة
٤	برامج تفسير السنة النبوية	٩٠	٦٠	١٥٠	٦٠٪	١٠	الرابعة
٥	تعليم القرآن وتفسيره وتجويده	٨٦	٦٤	١٥٠	٥٧,٣٪	٩,٥	الخامسة

أشار الجدول السابق إلى ترتيب أنواع البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة ، فجاءت برامج الفقه والفتاوى بالمرتبة الأولى بمتوسط (١٤) بنسبة (٨٤٪) وبتكرار بلغ (١٢٦) ، وفي المرتبة الثانية جاءت البرامج التربوية والاجتماعية بمتوسط (١٣,٧) بنسبة (٨٢.٦٪) وبتكرار (١٢٤) ، والمرتبة الثالثة جاءت البرامج الثقافية بمتوسط (١١,٣) بنسبة (٦٨٪) بتكرار (١٠٢) ، والمرتبة الرابعة جاءت برامج تفسير السنة النبوية المطهرة بمتوسط (١٠) بنسبة (٦٠) وبتكرار (٩٠) ، وفي المرتبة الخامسة جاءت برامج تعليم القرآن الكريم بمتوسط (٩,٥) بنسبة (٥٧,٣٪) ، بتكرار (٨٦) .

ويلاحظ هنا أن برامج الفقه والفتاوى في القنوات الفضائية العربية تحظى باهتمام كبير لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة – إلى جانب البرامج التربوية والاجتماعية ؛ وتعكس مدى حرص الإناث السعوديات على التفقه في أمور الدين ومعرفة أحكامه الشرعية ، إضافة إلى ذلك اهتمامهن بالنواحي التربوية والاجتماعية ؛ وهذا أمر طبيعي نظراً لاهتمام المرأة بالتربية والأسرة .

(٤) ترتيب موضوعات البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٩١)

م	الموضوعات	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	آداب وأخلاق وقيم	١١٦	٣٤	١٥٠	٧٧,٣٪	١٢,٨	الأولى
٢	التعبدية	١٠٧	٤٣	١٥٠	٧١,٣٪	١١,٨	الثانية
٣	المعاملات والحدود	١٠٠	٥٠	١٥٠	٦٦,٦٪	١١,١	الثالثة
٤	الثقافية	٩٥	٥٥	١٥٠	٦٣,٣٪	١٠,٥	الرابعة
٥	العقدية	٩٣	٥٧	١٥٠	٦٢٪	١٠,٣	الخامسة
٦	الدعوية والإرشادية	٩٠	٦٠	١٥٠	٦٠٪	١٠	السادسة
٧	الفكرية	٨١	٦٩	١٥٠	٥٤٪	٩	السابعة

أشار الجدول السابق إلى ترتيب موضوعات البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة ، فجاء ت موضوعات الآداب والأخلاق والقيم في المرتبة الأولى بمتوسط (١٢,٨) بنسبة (٧٧,٣٪) وبتكرار (١١٦) ، وفي المرتبة الثانية جاء ت الموضوعات التعبدية بمتوسط (١١,٨) بنسبة (٧١,٣٪) وبتكرار (١٠٧) ، وفي المرتبة الثالثة جاء ت موضوعات المعاملات والحدود بمتوسط (١١,١) بنسبة (٦٦,٦٪) وبتكرار (١٠٠) ، وفي المرتبة الرابعة جاء ت البرامج الثقافية بمتوسط (١٠,٥) بنسبة (٦٣,٣٪) وبتكرار (٩٥) ، وفي المرتبة الخامسة جاء ت الموضوعات العقدية بمتوسط (١٠,٣) بنسبة (٦٢٪) وبتكرار (٩٣) ، وفي المرتبة السادسة جاء ت الموضوعات الدعوية والإرشادية بمتوسط (١٠) بنسبة (٦٠٪) وبتكرار (٩٠) ، وفي المرتبة السابعة جاء

الموضوعات الفكرية بمتوسط (٩) بنسبة (٥٤٪) وبتكرار (٨١) .

ويلاحظ على الجدول السابق أن الموضوعات الخاصة بالآداب والأخلاق جاء ت بأعلى نسبة وهذا أمر طبيعي لأن مجتمعنا محافظ على القيم الإسلامية والتوجهات الأخلاقية فيه ، كما يلاحظ تأخر الاهتمام بالجوانب العقدية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية وذلك يشير إلى أن تلقي هذا الجانب لا يؤخذ من هذه المصادر بل من المصادر الأصلية ، واعتماد الإناث السعوديات – عينة الدراسة – على تلك المصادر ، كما أن الجانب العقدي القوي والراسخ الذي يتمتعن به يمكن أن يفسر عدم الاهتمام بهذا الجانب من مصادر ثانوية مثل البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

- المطلب الثاني : إشباعات الجمهور العربي :

(أ) إشباعات الذكور العرب :

(١) مدى ما تحققه البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من حاجات لدى الذكور العرب – عينة الدراسة :

جدول رقم (٩٢)

الرقم	مدى ما تحققه البرامج الدينية من حاجات	التكرار	النسبة المئوية
١	دائمًا	٢٦	١٧,٣٪
٢	أحيانًا	٨٤	٥٦٪
٣	نادراً	٢٨	١٨٪
٤	لم تحقق شيئًا	١٢	٨٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى مدى ماتحققه البرامج الدينية من حاجات لدى الذكور العرب عينة الدراسة ، فجاء ت إشباعات الذكور العرب من البرامج الدينية وتحقيق حاجاتهم دائمًابتكرار (٢٦) بنسبة (١٧,٣٪) ، والحاجات المتحققة أحيانًا جاء ت بتكرار (٨٤) بنسبة (٥٦٪) ، والحاجات المتحققة نادراً جاء ت بتكرار (٢٨) بنسبة (١٨٪) ، ولم تحقق أية حاجات (١٢) وبنسبة (٨٪) .

ويلاحظ أن البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية قد حققت حاجات الذكور العرب – عينة الدراسة – وبنسبة كبيرة جداً : وهذه دلالة واضحة على مدى إفادته منها .

(٢) مدى اعتمادالذكور العرب – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية التي تطرح في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

جدول رقم (٩٣)

الرقم	مدى الإعتماد على البرامج الدينية في القنوات الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
١	دائمًا	٢٦	١٧,٣٪
٢	أحيانًا	٨٨	٥٨,٧٪
٣	نادراً	١٢	٨٪
٤	لا أعتمد عليها	٢٤	١٦٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى مدى اعتماد الذكور العرب – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فجاء اعتماد الذكور العرب دائمًا على الفتاوى والأحكام الفقهية في الفضائيات العربية بتكرار (٢٦) بنسبة (١٧,٣٪) ، واعتماده عليها أحيانًا بتكرار (٨٨) بنسبة (٥٨.٧٪) ، واعتماده عليها نادراً بتكرار (١٢) بنسبة (٨٪) ، ولم يعتمد عليها بتكرار (٢٤) بنسبة (١٦٪) .

ويلاحظ في الجدول السابق ارتفاع نسبة الذكور العرب عينة الدراسة الذين يعتمدون على فتاوى وأحكام البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، حيث جاء بتكرار (١٢٦) مفردة بنسبة (٨٤٪) ، ويمكن ترجيح ارتفاع هذه النسبة إلى أن أغلب الفتاوى هي على الهواء مباشرة : مما يتيح اتصال الجمهور والاستفسار في أمور خاصة أو عامة .

(أ) أسباب عدم اعتماد الذكور العرب – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

جـــدول رقـــم (٩٤)

الرقم	السبب	التكرار	النسبة المئوية
١	عدم الإشارة إلى أي سبب	٥	٣,٣٣٪
٢	اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب	٦	٤٪
٣	لمعرفة المشاهد بالأحكام والفتاوى التي يحتاجها	١١	٧,٣٣٪
٤	لايثق في العلماء والمفكرين الضيوف في البرامج الدينية	٢	١,٣٣٪
	مجموع التكرارات	٢٤	١٦٪

يشير الجدول السابق إلى أسباب عدم اعتماد الذكور العرب – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية فجاء عدم الإشارة إلى ذكر أي سبب من أسباب عدم الاعتماد على فتاوى وأحكام البرامج الدينية في الفضائيات العربية بتكرار (٥) ، بنسبة (٣,٣٣٪) ، وجاء السبب الثاني من أسباب عدم الاعتماد وهو اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب بتكرار (٦) بنسبة (٤٪) ، وجاء السبب الثالث لمعرفة المشاهد بالأحكام والفتاوى الفقهية بتكرار (١١) بنسبة (٧,٣٣٪) ، وجاء السبب الرابع عدم ثقة الذكور العرب في العلماء والمفكرين الضيوف في البرامج الدينية بتكرار (٢) بنسبة (١,٣٣٪) .

ويلاحظ هنا أن الذين لايعتمدون على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من الذكور العرب – عينة الدراسة – بلغ (٢٤) مفردة بنسبة (١٦٪) من أصل (١٥٠) مفردة ، يلاحظ أيضاً ارتفاع نسبة معرفة الذكور العرب – عينة الدراسة – بالأحكام والفتاوى الفقهية التي يحتاجها ؛ وهذا يشير إلى مدى ثقافتهم الدينية .

(ب) أسباب اعتماد الذكور العرب – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

جـــدول رقـــم (٩٥)

الرقم	السبب	التكرار	النسبة المئوية
١	بدون ذكر سبب	٣٧	٢٤,٦٦٪
٢	لعدم معرفته ببعض الأمور الدينية والفقهية	٤٢	٢٨٪
٣	لاستضافتها لعلماء على مستوى عال	٣٣	٢٢٪
٤	لأن لديه اطلاعًا واسعًا على أحكام الشريعة	١٤	٩,٣٣٪
	مجموع التكرارات	١٢٦	٨٤٪

يشير الجدول السابق إلى أسباب اعتماد الذكور العرب – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في القنوات الفضائية العربية ، فجاء بدون ذكر أسباب بتكرار (٣٧) بنسبة (٢٤,٦٦٪) ، والسبب الثاني لعدم معرفته ببعض الأمور الدينية والفقهية جاء بتكرار (٤٢) بنسبة (٢٨٪) ، والسبب الثالث لاستضافة البرامج الدينية لعلماء على مستوى عال بتكرار (٣٣) بنسبة (٢٢٪) ، والسبب الرابع لأن لديه اطلاعًا واسعًا على أحكام الشريعة بتكرار (١٤) بنسبة (٩,٣٣٪) .

ويلاحظ هنا ارتفاع نسبة السبب الثاني وهو عدم معرفته ببعض الأمور الدينية والفقهية ؛ وهذا يشير إلى مدى حاجة الذكور العرب – عينة الدراسة – إلى البرامج الدينية لزيادة ثقافتهم الدينية وسد حاجاتهم منها ؛ وهذا خاص بالذين يعتمدون عليها وعددهم (١٢٦) مفردة .

٣- ترتيب أنواع البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب - عينة الدراسة :

جـــدول رقم (٩٦)

م	نوع البرامج	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	الفقه والفتاوى	١١٦	٣٤	١٥٠	٪٧٧,٣	١٢,٨	**الأولى**
٢	تعليم القرآن وتفسيره وتجويده	١١٦	٣٤	١٥٠	٪٧٧,٣	١٢,٨	**الثانية**
٣	التربوية والاجتماعية	١١٤	٣٦	١٥٠	٪٧٦	١٢,٦	**الثالثة**
٤	تفسير السنة النبوية	١١٠	٤٠	١٥٠	٪٧٣,٣	١٢,٢	الرابعة
٥	الثقافية	١٠٦	٤٤	١٥٠	٪٧٠,٦	١١,٧	الخامسة

أشار الجدول السابق إلى ترتيب أنواع البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب - عينة الدراسة ، فجاء ت برامج الفقه والفتاوى في المرتبة الأولى بمتوسط (١٢,٨) بنسبة (٪٧٧,٣) وبتكرار (١١٦) ، والمرتبة الثانية جاء ت برامج تعليم القرآن الكريم وتجويده وتفسيره بمتوسط (١٢,٨) بنسبة (٪٧٧,٣) وبتكرار (١١٦) ، والمرتبة الثالثة جاء ت البرامج التربوية والاجتماعية بمتوسط (١٢,٦) بنسبة (٪٧٦) وبتكرار (١١٤) ، والمرتبة الرابعة جاء ت برامج تفسير السنة النبوية المطهرة بمتوسط (١٢,٢) بنسبة (٪٧٣,٣) وبتكرار (١١٠) ، والمرتبة الخامسة جاء ت البرامج الثقافية بمتوسط (١١,٧) بنسبة (٪٧,٦) وبتكرار (١٠٦) .

ويلاحظ على جدول أنواع البرامج الدينية في القنوات الفضائية أن الذكور العرب - عينة الدراسة - يهتمون ببرامج الفقه والفتاوى في المرتبة الأولى ؛ وذلك يشير إلى مدى حاجتهم إلى الثقافة والمعرفة الدينية ، خاصة وأن المسلم يعتمد على الدين في جميع شؤون حياته . والقنوات الفضائية وإن كانت تعاني من شح في بث البرامج الدينية وخاصة المتعلقة بالفتاوى ، إلا أنها إلى حد كبير أسهمت في سد بعض حاجات الجمهور ، ويلاحظ أن برامج تفسير السنة النبوية جاء ت في المرتبة الرابعة ؛ وربما يرجع ذلك إلى قلة هذا النوع من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

(٤) ترتيب موضوعات البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب – عينة الدراسة :

جدول رقم (٩٧)

م	الموضوعات	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	المعاملات والحدود	١١٨	٣٢	١٥٠	٧٨,٦٪	١٣,١	الأولى
٢	التعبدية	١١٤	٣٦	١٥٠	٧٦٪	١٢,٦	الثانية
٣	آداب وأخلاق وقيم	١١٤	٣٦	١٥٠	٧٦٪	١٢,٦	الثالثة
٤	العقدية	١١٠	٤٠	١٥٠	٧٣,٣٪	١٢,٢	الرابعة
٥	الدعوية والإرشادية	١١٠	٤٠	١٥٠	٧٣,٣٪	١٢,٢	الخامسة
٦	الفكرية	١٠٦	٤٤	١٥٠	٧٠,٦٪	١١,٧	السادسة
٧	الثقافية	٩٠	٦٠	١٥٠	٦٠٪	١٠	السابعة

أشار الجدول السابق إلى ترتيب موضوعات البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور العرب – عينة الدراسة – فجاء ت موضوعات المعاملات والحدود في المرتبة الأولى بمتوسط (١٣,١) بنسبة (٧٨,٦٪) وبتكرار (١١٨) ، وفي المرتبة الثانية جاء ت الموضوعات التعبدية بمتوسط (١٢,٦) بنسبة (٧٦٪) وبتكرار (١١٤) ، وفي المرتبة الثالثة جاء ت موضوعات الآداب والأخلاق والقيم بمتوسط (١٢,٦) بنسبة (٧٦٪) وبتكرار (١١٤) أيضاً ، وفي المرتبة الرابعة الموضوعات العقدية جاء ت بمتوسط (١٢,٢) بنسبة (٧٣,٣٪) وبتكرار (١١٠) ، وفي المرتبة الخامسة جاءت الموضوعات الدعوية والإرشادية بمتوسط (١٢,٢) بنسبة (٧٣,٣٪) وبتكرار (١١٠) ، وفي المرتبة السادسة جاء ت الموضوعات الفكرية بمتوسط (١١,٧) بنسبة (٧٠,٦٪) وبتكرار (١٠٦) ، وفي المرتبة السابعة الموضوعات الثقافية جاء ت بمتوسط (١٠) بنسبة (٦٠٪) وبتكرار (٩٠) .

ويلاحظ على الجدول السابق ارتفاع نسبة الموضوعات الخاصة بالمعاملات والحدود ، وهذا يشير إلى مدى احتياج الذكور العرب لمثل هذه الموضوعات ، كما يلاحظ تساوي نسب الموضوعات العقدية والآداب والأخلاق ، ويشير ذلك أيضاً إلى اهتمام الذكور العرب بالنواحي الأخلاقية وقيم الأمة ، وأيضاً معرفة الأحكام التعبدية التي يبدو أنها في طليعة الاهتمام ويفسر مدى الحاجة لمثل هذه الموضوعات .

(ب) إشباعات الإناث العرب:

(١) مدى ما تحققه البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من حاجات للإناث العربيات – عينة الدراسة :

جـــدول رقـــم (٩٨)

الرقم	مدى ماتحققه البرامج الدينية من حاجات	التكرار	النسبة المئوية
١	دائمًا	٨	٥٪
٢	أحيانًا	١١٤	٧٦٪
٣	نادرًا	١٢	٨٪
٤	لم تحقق شيئًا	١٦	١٠,٧٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى مدى ماتحققه البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من حاجات للإناث العربيات – عينة الدراسة – فجاء ت إشباعات الإناث العربيات من البرامج الدينية وتحقيق حاجاتهن دائمًا بتكرار (٨) بنسبة (٥٪) ، والحاجات المتحققة أحيانًا بتكرار (١١٤) بنسبة (٧٦٪) ، والحـــاجات المتحققة نادرًا جاء ت بتكرار (١٢) بنسبة (٨٪) ، ولم تتحقق أية حاجات جاء ت بتكرار (١٦) بنسبة (١٠,٧٪) .

ويلاحظ أن الحاجات المتحققة من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات قد مثلت نسبة كبيرة بلغت في مجملها (٨٩,٣٪)، وهذا يشير إلى أن البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية قد حققت معظم حاجات الإناث العربيات المشاهدات لها – عينة الدراسة .

(٢)مدى اعتماد الإناث العربيات – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية التي تطرح في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

جـــدول رقـــم (٩٩)

الرقم	مدى الاعتماد على البرامج الدينية في القنوات الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
١	دائمًا	٦	٤٪
٢	أحيانًا	٧٨	٥٢٪
٣	نادراً	٤٠	٢٦,٧٪
٤	لا تعتمد عليها	٢٦	١٧,٣٪
	مجموع التكرارات	١٥٠	١٠٠٪

يشير الجدول السابق إلى مدى اعتماد الإناث العربيات – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية التي تطرح في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فنجد أن اعتماد المشاهدات العربيات على الفتاوى والأحكام الفقهية دائمًا جاء بتكرار (٦) بنسبة (٤٪) ، وأحيانًا بتكرار (٧٨) بنسبة (٥٢,٠٪) ، ونادراً جاء بتكرار (٤٠) بنسبة (٢٦,٧٪) ، ولم يعتمدن عليها جاء بتكرار (٢٦) بنسبة (١٧,٣٪) .

ويلاحظ من الجدول السابق قلة عدم الاعتماد على البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات عينة الدراسة ، إذ يمثلن نسبة (١٧,٣٪) بينما نسبة اللواتي يعتمدن على البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بلغت (٨٢,٧٪) .

(أ) أسباب عدم اعتماد الإناث العربيات – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

جدول رقم (١٠٠)

الرقم	السبب	التكرار	النسبة المئوية
١	عدم الإشارة إلى أي سبب	٦	٤٪
٢	اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب	٢	١,٣٪
٣	لمعرفة الإناث بالأحكام والفتاوى التي تحتجنها	١٢	٨٪
٤	عدم الوثوق في العلماء والمفكرين الضيوف في البرامج الدينية	٦	٤٪
	مجموع التكرارات	٢٦	١٧,٣٪

يشير الجدول السابق إلى أسباب اعتماد الإناث السعوديات – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فجاء عدم الاشارة إلى أي سبب بتكرار (٦) بنسبة (٤٪) ، وجاء سبب اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب بتكرار (٢) بنسبة (١,٣٪) ، وجاء سبب معرفة الإناث بالأحكام والفتاوى التي يحتجنها بتكرار(١٢) بنسبة (٨٪) ، وجاء سبب عدم الوثوق في العلماء والمفكرين في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بتكرار (٦) بنسبة (٤٪) .

ويلاحظ ارتفاع نسبة معرفة – الإناث اللواتي لم يعتمدن – بالأحكام والفتاوى التي يحتجنها : مما يشير إلى ارتفاع ثقافتهن الدينية .

(ب) أسباب اعتماد الإناث العربيات – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

جدول رقم (١٠١)

الرقم	السبب	التكرار	النسبة المئوية
١	بدون ذكر سبب	٣٦	٢٤٪
٢	لعدم معرفتهن ببعض الأمور الدينية والفقهية	٥٢	٣٤,٦٪
٣	لاستضافتها لعلماء على مستوى عال	٢٨	١٨,٦٪
٤	لديهن اطلاع واسع على أحكام الشريعة الإسلامية	٨	٥,٣٪
	مجموع التكرارات	١٢٤	٨٢,٧٪

يشير الجدول السابق إلى أسباب اعتماد الإناث العربيات – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فجاء بدون ذكر سبب بتكرار بلغ (٣٦) بنسبة (٢٤٪) ، وجاء سبب عدم معرفتهن ببعض الأمور الدينية والفقهية بتكرار (٥٢) بنسبة (٣٤,٦٪) ، وجاء سبب استضافة البرامج الدينية لعلماء على مستوى عال بتكرار (٢٨) بنسبة (١٨,٦٪) ، وجاء سبب أن لديهن اطلاعًا واسعًا على أحكام الشريعة الإسلامية بتكرار (٨) بنسبة (٥,٣٪) .

ويلاحظ ارتفاع نسبة عدم معرفتهن ببعض الأمور الدينية والفقهية حيث بلغت (٣٤,٦٪)؛ وهذا يشير إلى مدى احتياجهن للبرامج الدينية لزيادة الثقافة والمعرفة الدينية وانخفاض مستوى الثقافة الدينية لهذا الجزء من أفراد العينة .

٢- ترتيب أنواع البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة :

جـــدول رقم (١٠٢)

م	نوع البرنامج	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	الفقه والفتاوى	١١٦	٣٤	١٥٠	٧٧,٣٪	١٢,٨	الأولى
٢	التربوية والاجتماعية	١١٤	٣٦	١٥٠	٧٦٪	١٢,٦	الثانية
٣	تفسير السنة النبوية	١٠٠	٥٠	١٥٠	٦٦,٦٪	١١,١	الثالثة
٤	تعليم القرآن وتفسيره وتجويده	٨٤	٦٦	١٥٠	٥٦٪	٩,٣	الرابعة
٥	الثقافية	١٨	١٣٢	١٥٠	١٢٪	٢	الخامسة

أشار الجدول السابق إلى ترتيب أنواع البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة ، فجاءت برامج الفقه والفتاوى في المرتبة الأولى بمتوسط (١٢,٨) بنسبة (٧٧,٣٪) وبتكرار (١١٦) ، والمرتبة الثانية جاءت البرامج التربوية والاجتماعية بمتوسط (١٢,٦) بنسبة (٧٦٪) وبتكرار بلغ (١١٤) ، والمرتبة الثالثة جاءت برامج تفسير السنة النبوية المطهرة بمتوسط (١١,١) بنسبة (٦٦,٦٪) وبتكرار (١٠٠) ، والمرتبة الرابعة جاءت برامج تعليم القرآن الكريم وتجويده وتفسيره بمتوسط (٩,٣) بنسبة (٥٦٪) وبتكرار (٨٤) ، والمرتبة الخامسة جاءت البرامج الثقافية بمتوسط (٢) بنسبة (١٢٪) وبتكرار (١٨) .

ويلاحظ على جدول أنواع البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية أن الإناث العربيات – عينة الدراسة – يفضلن في المرتبة الأولى الفقه والفتاوى؛ وهذا ملاحظ في برامج الفقه والفتاوى التي تبث على الهواء مباشرة في القنوات الفضائية العربية حيث أغلب المتصلات بالبرامج منهن ، كما يلاحظ أن البرامج التربوية والاجتماعية احتلت المرتبة الثانية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة – وهذا يشير إلى مدى اهتمامهن بالنواحي التربوية الخاصة بالبيت والأبناء ، وهذا أمر طبيعي يتناسب مع مهمة المرأة الأولى في المنزل ، وكذلك الاهتمام بالنواحي الاجتماعية أيضاً أمر طبيعي لأن المرأة عضو فعال في المجتمع وتؤدي دوراً مهماً فيه ، ويلاحظ أيضاً برامج تعليم القرآن الكريم وتجويده وتفسيره ، وكذلك برامج السنة النبوية المطهرة أخذت مراتب متأخرة في التفضيل ، ويمكن تفسير ذلك في ضوء توافر أشرطة كاسيت تعليم القرآن الكريم .

(٤) ترتيب موضوعات البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة :

جـدول رقم (١٠٢)

م	الموضوعات	التكرار	لم تكرر	المجموع	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	التعبدية	١٤٠	١٠	١٥٠	٩٣,٣٪	١٥,٥	الأولى
٢	آداب وأخلاق وقيم	١٤٠	١٠	١٥٠	٩٣,٣٪	١٥,٥	الثانية
٣	المعاملات والحدود	١٣٨	١٢	١٥٠	٩٢٪	١٥,٣	الثالثة
٤	العقدية	١٣٢	١٨	١٥٠	٨٨٪	١٤,٦	الرابعة
٥	الدعوية والإرشادية	١٢٢	٢٨	١٥٠	٨١.٣٪	١٣,٥	الخامسة
٦	الفكرية	٩٦	٥٤	١٥٠	٦٤٪	١٠,٦	السادسة
٧	الثقافية	٧٢	٧٨	١٥٠	٤٨٪	٨	السابعة

أشار الجدول السابق إلى ترتيب موضوعات البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة ، فجاء ت الموضوعات التعبدية في المرتبة الأولى بمتوسط (١٥,٥) بنسبة (٩٣,٣٪) وبتكرار (١٤٠) ، وفي المرتبة الثانية جاء ت موضوعات الآداب والأخلاق والقيم أيضاً بمتوسط (١٥.٣) بنسبة (٩٣,٣٪) وبتكرار (١٤٠) ، وفي المرتبة الثالثة جاء ت موضوعات المعاملات والحدود بمتوسط (١٥,٣) بنسبة (٩٢٪) وبتكرار (١٣٨) ، وفي المرتبة الرابعة جاء ت الموضوعات العقدية بمتوسط (١٤,٦) بنسبة (٨٨٪) وبتكرار (١٣٢) ، وجاءت الموضوعات الدعوية والإرشادية في المرتبة الخامسة بمتوسط (١٣.٥) بنسبة (٨١,٣٪) وبتكرار (١٢٢) ، وفي المرتبة السادسة جاء ت الموضوعات الفكرية بمتوسط (١٠,٦) بنسبة (٦٤٪) وبتكرار (٩٦) ، وفي المرتبة السابعة جاء ت الموضوعات الثقافية بمتوسط (٨) بنسبة (٤٨٪) وبتكرار (٧٢) .

ويلاحظ على الجدول السابق ارتفاع نسبة الموضوعات التعبدية ، والأخلاق والآداب والقيم ، مما يشير إلى حاجة الإناث العربيات – عينة الدراسة – إلى فقه العبادات ، وكذلك الحرص على الاستزادة من الموضوعات ذات العلاقة بالنواحي الأخلاقية والأدبية والمحافظة على القيم الإسلامية ، كما أن الإشارة إلى تأخر الموضوعات الفكرية ، والثقافية في الأفضليات يشير إلى عدم الاهتمام بهما ، وربما يرجع ذلك إلى أن معظم الوافدات العربيات اللواتي يعملن في بلادنا يحملن شهادات عالية نسبياً .

الفصل الثالث
تقويم نتائج الدراستين التحليلية و الميدانية

المبحث الأول : تقويم نتائج الدراسة التحليلية .

المبحث الثاني : تقويم نتائج الدراسة الميدانية .

المبحث الثالث : العلاقات الارتباطية للدراستين االتحليلية والميدانية .

المبحث الأول
تقويم نتائج الدراسة التحليلية

المطلب الأول : تقويم مضمون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية - عينة الدراسة .

المطلب الثاني : تقويم أشكال البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية - عينة الدراسة .

- معيار تقويم نتائج الدراسة :

إن الباحث قام بوضع عدة معايير لتقويم نتائج الدراسة وهي كالآتي :

(١) معيار تقويم الدراسة التحليلية :

أ - وضع الباحث معيار للحكم على مضمون البرامج الدينية من حيث التزام المادة بهدي الكتاب والسنة وفهم السلف الصالح ، فما وافقه فهو ايجابي وما بعد عنه فهو سلبي .

ب - معيار تقويم اشكال البرامج الدينية كان ضمن حرفية الفن التلفزيوني بحصر كافة أشكال البرامج الدينية في القناة الخاضعة للدراسة ، ثم تصنيفها في جدول وتفسير الخلل في استخدام أشكال البرامج الدينية لكل قناة من قنوات الدراسة ، ومعيار التقويم تناول الزمن المستغرق للشكل والمادة المصاحبة له وتوقيت إذاعته واللغة المستخدمة فيه .

(٢) معيار تقويم الدراسة الميدانية :

هناك معيارات لتقويم نتائج الدراسة الميدانية هما :

أ - حصر البرامج الدينية المفضلة لدى الجمهور السعودي والعربي -عينة الدراسة - والفترات الزمنية المستغرقة للمشاهدة ، ومعرفة مقدار زيادة المشاهدة للبرامج الدينية ونقصها لدى الجمهور للحكم على حجم مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية للجمهور السعودي والعربي .

ب - معيار تقويم اشباعات الجمهور السعودي والعربي - عينة الدراسة - كان بحصر مدى الحاجات المتحققة لهم من مشاهدتهم للبرامج الدينية وكذلك معرفة مدى اعتمادهم على الفتاوى والأحكام الفقهية الصادرة من العلماء الضيوف في البرامج الدينية .

المطلب الأول : تقويم مضمون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة :

أولاً : أنواع البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة :

أشارت نتائج دراسة أنواع البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية إلى عدم التوازن في التوزيع على خريطة البث اليومي لكل قنوات الدراسة وهي : (قناة الشارقة الفضائية ، وقناة الأردن الفضائية ، وقناة الشرق الأوسط الفضائية ، وقناة المنوعات في تلفزيون العرب الفضائي) ، وأشارت بعض النتائج (١) أيضًا إلى انعدام أنواع من البرامج الدينية في بعض القنوات الفضائية مثل : برامج تعليم القرآن الكريم ليس لها وجود في قناتي: الأردن والشرق الأوسط الفضائيتين ، وكذلك برامج الفقه والفتاوى ليس لها وجود في نفس القناتين الفضائيتين ، وهناك إشارة أخرى وهي أن بعض القنوات الفضائية العربية تميزت بعرض نوع من أنواع البرامج الدينية دون الأنواع الأخرى مثل : قناة الأردن الفضائية تميزت ببرامج تفسير القرآن الكريم ومثلت (٨١٪) من أنواع برامجها الدينية ، كما تميزت كل من قناتي: الشرق الأوسط والمنوعات الفضائيتين بالبرامج العلمية والثقافية ، وهذا التباين في عرض أنواع البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة – يشير إلى عدم التوازن في توزيع أنواع البرامج الدينية في خريطة البث اليومي ، كما يشير إلى ضعف في التخطيط للبرامج الدينية ، ونقص واضح في كم البرامج الدينية على خريطة البث اليومي عدا قناة الشارقة الفضائية التي كانت برامجها الدينية متوازنة إلى حد ما .

---

(١) انظر : الجدول رقم (١) ، ص ١٣٨ .

ثانيًا : موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية - عينة الدراسة :

يلاحظ على نتائج الدراسة أن توزيع الموضوعات في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية - عينة الدراسة - جاء غير متوازن إلى حد ما ، فقناة الأردن الفضائية مثلت الموضوعات الثقافية والعلمية أعلى نسبة في موضوعاتها المتناولة في برامجها التي بلغت (٨١,٨٪) وأهم الموضوعات العقدية والتعبدية والمعاملات والحدود ليس لها وجود تقريبًا ، الأمر الآخر أن كمية البرامج الدينية في القناة الفضائية العربية ليست ذات أهمية ، فالموضوعات العقدية مثلاً جاءت بنسبه (١٢,٩٪) في قناة الشارقة الذي بلغ عدد برامجها الدينية (٢٩٤) برنامجًا . في حين بلغت الموضوعات العقدية في قناة المنوعات ما نسبتة (٢٢,٨٪) ، وكان عدد برامجها الدينية (١٤٠) برنامجًا[1] ، وهذا يشير إلى أن الكم وإن كان مطلوبًا للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ؛ إلا أن الكيف أهم منه ، إذ إن الموضوعات يجب أن تأخذ التوزيع الصحيح والمتوازن على خريطة البرامج الدينية ، وأن يؤخذ ذلك في الحسبان عند التخطيط والإعداد للبرامج الدينية ، حيث إن الارتجال في بث البرامج الدينية أنتج نقصًا واضحًا في عرض شمولية الدين ، وتناول كافة الموضوعات الدينية .

ثالثًا : الأفكار الفرعية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية - عينة الدراسة :

(١) العقائد :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن العقائد لم يذكر عنها شيء في قناة الأردن الفضائية ؛ وهذا قصور واضح جدًا ، خاصة وأن العقيدة تعد أهم

---

(١) انظر : الجدول رقم (٢) ، ص ١٤١ .

موضوعات البرامج الدينية ، وعلى أساسها قام هذا الدين . فتجاهل الأصل يشير إلى إهمال واضح في إعداد البرامج الدينية ، وجاء الإيمان بالله – سبحانه وتعالى – في قناة الشارقة بنسبة (٤,٤٪) وهي أعلى نسبة من بين موضوعات العقائد ، أما قناة الشرق الأوسط فقد جاء الإيمان بالله – سبحانه وتعالى – فيها بنسبة (٩,٨٪) ، أما قناة المنوعات الفضائية العربية فاحتلت أعلى نسبة للاهتمام بقضية الإيمان بالله – سبحانه وتعالى– بلغت (١٥,٧٪) [(١)] .

ويلاحظ على جدول الأفكار العقدية المتناولة في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، أن العقيدة رغم أهميتها وأولويتها ، إلا أن نسبتها ضئيلة في بعض قنوات الدراسة ، إضافة إلى ذلك أن بعض العقائد لم يكن لها ذكر في بعض قنوات الدراسة ، وهذا يشير إلى خلل واضح ، وتباين لايدل إلا على عدم إعطاء الجوانب العقدية في البرامج الدينية حقها من الأهمية ، كما تشير الدراسة أيضاً إلى عدم التوازن في تناول الجوانب العقدية في البرامج الدينية ، ولو خضعت البرامج الدينية إلى تخطيط دقيق وإعداد جيد لما ظهرت بهذه الصورة .

(٢) العبادات :

أشارت نتائج الدراسة [(٢)] إلى أن العبادات لم يذكر عنها شيء سوى الدعاء فقط في قناة الأردن الفضائية ، وهذا أيضاً قصور واضح ، فإذا لم تتناول العقائد والعبادات في البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية فماذا بقي لتعرضه في البرامج الدينية ؟ أما قناة الشارقة الفضائية فقد خلت برامجها الدينية من بعض العبادات كالحج ، والعمرة ، والدعاء ،

---

(١) انظر : الجدول رقم (٣) ، ص ١٤٤ .

(٢) انظر : الجدول رقم (٤) ، ص ١٤٧ .

وسجلت أعلى نسبة للزكاة وهي (٢٪) وهي نسبة ضئيلة جداً ، وخلت قناة الشرق الأوسط أيضًا في برامجها الدينية من موضوعات الطهارة ، والصلاة ، والزكاة ، والصوم ، والعمرة ، وهذا خلل واضح في البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط ، أما قناة المنوعات فقد خلت برامجها الدينية من عبادات : الطهارة ، والصلاة ، والعمرة ، وجاءت أعلى نسبة للزكاة حيث بلغت (٧,٥٪) ، وكذلك للدعاء الذي بلغ (٧,٥٪) ، وهذا يشير إلى أن برامجها الدينية تقتصر على التثقيف فقط ولا تعني بالتوجيه والإرشاد لبعض العبادات .

كما يلاحظ على جدول العبادات في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، أن التوازن معدوم بالنسبة لتناول العبادات في البرامج الدينية .

(٣) المعاملات والحدود :

أوضحت نتائج الدراسة [١] أن المعاملات والحدود في قناة الأردن الفضائية لم يذكر عنها شيء إطلاقًا ، وهذا يشير إلى عدم الاهتمام بالمعاملات والحدود في برامجها الدينية ، وفي قناة الشارقة الفضائية خلت المعاملات والحدود الخاصة (بالوصايا ، والفرائض ، واللعان ، والرضاع ، والقصاص ، والإيمان ، والنذر ، والأطعمة والأشربة ، واللباس) من أي ذكر في البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية وهي القناة التي تتميز بالبرامج الدينية المكثفة ، إلا أن الكم ليس ذا أهمية ، وإنما الكيفية التي يجب أن تتناول بها البرامج الدينية الموضوعات والأفكار هي الأهم ؛ وذلك بتوزيع متوازن للأفكار على البرامج الدينية التي تبثها ، وتغطية الموضوعات والأفكار الدينية كافة ، كما أن البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط قد خلت من المعاملات

---

(١) انظر : الجدول رقم (٥) ، ص ١٤٩ .

والحدود سوى (النكاح) فقط الذي ذكر ، وهذا أيضًا يدل على قصور واضح في تناول أفكار الموضوعات الدينية ، أما قناة المنوعات فقد جاء ذكر (الطلاق والحدود) فقط في برامجها الدينية ولم يذكر شيء عن الأفكار الأخرى ، وهذا يشير في مجمله إلى إهمال القنوات الفضائية العربية -عينة الدراسة - للمعاملات والحدود في برامجها الدينية ، وإن تناولت بعضًا منها بنسب متفاوته إلا أنها لاتدل على وجود توازن بينها .

(٤) الأخلاق والقيم والآداب :

أشارت نتائج الدراسة [١] إلى أن الأخلاق والقيم والآداب لم يذكر عنها شيء في قناة الأردن الفضائية سوى (الصدق) ؛ وهذا يدل على عدم اهتمام القناة بالأخلاق والقيم والآداب في برامجها الدينية ، أما قناة الشارقة الفضائية فكانت أفكار الأخلاق والآداب فيها متوازنة إلى حد ما ومقبولة إذ جاءت جميعها ، وهذا يشير إلى اهتمام القناة بالجانب الأخلاقي والقيم في برامجها ، وفي قناة الشرق الأوسط رغم قلة أفكار الموضوعات الخاصة بالأخلاق والآداب ، إلا أنها جاءت بنسبة أكبر من قناة الشارقة الفضائية إذ مثلت (٢١٪) ، بينما جاءت قناة الشرق الأوسط بنسبة (٢٦٪) ، وبذلك فإن التنوع في قناة الشارقة لكل الأفكار جاء أفضل من قناة الشرق الأوسط التي لم يذكر فيها بعض أفكار الأخلاق ، ونخلص إلى القول هنا ؛ أن التوازن مطلوب في عرض الأفكار ، وتوزيع ذلك على البرامج الدينية ، بصرف النظر عن ارتفاع النسبة أو انخفاضها ، فالشمولية في تناول جميع الأفكار أفضل من الانحياز لأفكار دون أخرى . وهذه مهمة الخطط البرامجية التي يجب أن تراعي ذلك ، أما فيما يتعلق بقناة المنوعات فجاءت أفكار الأخلاق والقيم والآداب فيها بنسبة ضعيفة جدًا مثلت (٢,٩٪) .

---

(١) انظر : الجدول رقم (٦) ، ص ١٥١ .

(٥) الأفكار الدعوية والإرشادية :

أشارت نتائج الأفكار [١] الدعوية والإرشادية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية إلى أن هناك توازنًا نسبيًا في عرض الأفكار الدعوية والإرشادية ؛ على الرغم من النسب المتفاوتة لها بين القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، ويلاحظ تقارب نسب الأمر بالمعروف مع النهي عن المنكر ، وهذا الذي ننشده من البرامج الدينية وهو التقارب النسبي مع التوازن في التوزيع ، فلم يلاحظ على جدول الأفكار الدعوية والإرشادية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة – عدم وجود الأمر بالمعروف أو عدم وجود النهي عن المنكر ، إنما جاءت بنسب متفاوتة ؛ ومتقاربة مما يشير إلى توازن منطقي في عرض الأفكار الدعوية والإرشادية في البرامج الدينية .

(٦) الجوانب الفكرية :

أشارت النتائج الفكرية إلى أن قناة الأردن الفضائية لم تذكر شيئًا عن الفكر السياسي ، والاقتصادي ، والاجتماعي ، وهذا نقص واضح وقصور في البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية ، كما أن قناة الشارقة الفضائية اهتمت بالجوانب الاجتماعية أكثر ولم تذكر سوى مرة واحدة الناحية الاقتصادية ، أما السياسية فلم يذكر عنها شيء ، وهذه القناة رغم تميزها في البرامج الدينية عن بقية قنوات الدراسة ، إلا أنها لم تهتم بجميع الجوانب الفكرية ، أما قناة الشرق الأوسط فنسبة اهتمامها بالجانب الفكري مثلت (١٩,٥٪) من مجموع أفكار موضوعات البرامج الدينية ؛ وهي نسبة مقبولة ، إلا أنها اهتمت بالجوانب الاجتماعية دون غيرها ، وهذا يشير إلى عدم التوازن . فالجوانب السياسية والاقتصادية لم تأخذ حقها في التوزيع [٢].

---

(١) انظر : الجدول رقم (٧) ، ص ١٥٤ .

(٢) انظر : الجدول رقم (٨) ، ص ١٥٥ .

وكذلك الأمر في قناة المنوعات فقد اهتمت بالجوانب الاجتماعية فقط ، ولم تتطرق إلى الجوانب السياسية والاقتصادية ، وهذا خلل واضح وقصور في عرض الجوانب الفكرية في قناة المنوعات ، وخلاصة القول : أن الدين الإسلامي يشمل جوانب الحياة المختلفة كافة :السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها ، والتركيز على جانب واحد من هذه الجوانب في البرامج الدينية وإغفال الجوانب الأخرى ؛ يشير إلى سوء التخطيط في البرامج الدينية ، وأن القائمين عليها ليس لديهم النظرة الشمولية لما ينبغي أن تكون عليه تلك البرامج .

(٧) الأفكار العلمية والثقافية :

أشارت نتائج الدراسة[١] للأفكار العلمية والثقافية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة – إلى أن فنون الحضارة ، والآثار والأماكن الإسلامية ، والتراث الإسلامي ، والعلوم التطبيقية في قناة الأردن الفضائية لم يذكر عنها شيء ، وجاءت العلوم النظرية الإسلامية بنسبة عالية بلغت (٨١,٨٪) ، وهذا خلل واضح في تناول الأفكار العلمية والثقافية ، وقصور لم يراعِ التنوع في تناول الأفكار العلمية والثقافية الأخرى ، أما قناة الشارقة الفضائية فقد حرصت على التنوع في تناول الأفكار العلمية والثقافية بدون استثناء ويعد مقبولاً ، وما ينطبق على قناة الشارقة ينطبق أيضًا على قناة المنوعات إذ حرصت على التنوع في عرض الأفكار العلمية والثقافية في برامجها الدينية ، إلا أنها تناولت ذلك بنسب متباينة جداً بالنسبة للأفكار العلمية والثقافية ، أما فيما يتعلق بقناة الشرق الأوسط فلم يذكر شيء عن الأفكار العلمية والثقافية سوى الآثار والأماكن الإسلامية ، وهذا قصور واضح في تناول الأفكار العلمية والثقافية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

(١) انظر : الجدول رقم (٩) ، ص ١٥٦ .

رابعًا : مصادر الاستشهاد المستخدمة في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة :

أشارت نتائج الدراسة [١] إلى ترتيب مصادر الاستشهاد حسب أولوية ذكرها في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فجاء القرآن الكريم في المرتبة الأولى في الاستشهاد به أولاً في قناتي : الأردن الفضائية والشارقة الفضائية ، وهذا أمر طبيعي لأنه هو المصدر الأول من مصادر التشريع ، إلا أنه جاء في المرتبة الثانية في الاستشهاد في قناتي: الشرق الأوسط والمنوعات الفضائيتين ، والأولى أن يكون في المرتبة الأولى ، وجاءت السنة النبوية في المرتبة الثالثة في قناة الأردن الفضائية وقناة الشارقة ، وقناة المنوعات ، وجاءت في المرتبة الأولى في قناة الشرق الأوسط ، وهذا يشير إلى تباين في ترتيب هذا المصدر الاستشهادي في قنوات الدراسة ، إلا أن الترتيب المنطقي للاستشهاد بالسنة النبوية يجب أن يكون في المرتبة الثانية لأنها ثاني مصادر التشريع الإسلامي ، أما الاستشهاد بأقوال العلماء والفقهاء ، فقد جاء في المرتبة الخامسة في قناة الأردن الفضائية ، وقناة الشارقة الفضائية ، وقناة الشرق الأوسط ، وقناة المنوعات الفضائية ، وهذا الترتيب غير منطقي وإن جاء في جميع القنوات في مرتبة واحدة ، إذ لابد أن يكون في المرتبة الثالثة بعد القرآن الكريم والسنة النبوية ، وجاء الاستشهاد بشواهد من التاريخ الإسلامية في المرتبة السادسة في قناة الأردن الفضائية ، والمرتبة الرابعة في قناتي: الشرق الأوسط والمنوعات ، والمرتبة الثانية في قناة الشرق الأوسط ، وهذا يشير إلى أن ترتيب هذا المصدر الاستشهادي في قناتي :الشرق الأوسط والمنوعات كان منطقيًا ، أما في بقية القنوات فلم يكن ترتيبه منطقيًا ، وجاء الاستشهاد بشواهد من الواقع في المرتبة الثانية في قناة الأردن

(١) انظر : الجدول رقم (١٠) ، ص ١٥٨ .

الفضائية ، وفي المرتبة الرابعة في قناة الشارقة الفضائية ، والمرتبة الثالثة في قناة الشـــرق الأوسط ، والمرتبـــة الأولى في قناة المنوعـــات ، وهذا الترتيب في مجمله ليس طبيعيًا من وجهة نظر الباحث ، إذ إن الاستشهاد يجب أن يكون بالقرآن الكريم ، ثم بالسنة النبـوية ، ثم بأقوال العلمـاء والفقهاء ، ثم بشواهد من التاريخ الإسلامي ، ثم بشواهد من الواقع ، ثم بالرأي الشخصي ، ولا بأس بأن يتقدم أو يتأخر أي من الشواهد الثلاثة الأخيرة إلا أنه لايتقدم على الشواهد الثلاثة الأولى ؛ إلا إذا كان مقدمة لموضوع أو مدخل إلى قـضية مطروحة للمناقشة ، وجاء الرأي الشخصي في المرتبة السادسة في قناة الشارقة الفضائية ، وقناة الشرق الأوسط ، وقناة المنوعات ، وجاء في المرتبة الرابعة في قناة الأردن الفضائية ، وهذا الترتيب يعد مقبولاً وطبيعيًا إلى حد ما .

خامسًا : أهداف موضوعات البرامج الديـــنية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة :

أشارت نتائج دراسة [١] أهداف موضوعات البرامج الدينية إلى أن قناة الأردن الفـضـائيـة ركـزت على الأهداف التـربوية ، ثم أهــداف التـعليم والتـثـقـيف ، ثم أهداف الدعوة والإرشـاد والوعظ ، وهذا يشـيـر إلى أن برامجها الدينية اهتمت بالنواحي والأهداف الموضوعية كافة ؛ وإن تباينت نسبها ، وهذه الأهداف هي الغالبة على البرامج الدينية ، وجاءت أهداف الموضوعات في البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية أكثر شمولية ، حيث إن جميع الأهداف التربوية ، والتثقيفية ، والدعوية ، والإرشادية جاءت في موضوعات برامجها الدينية ، وهذا يشير إلى توازن مقبول رغم اختلاف نسب الأهـداف حيث سجلت أعلى نسبة للأهداف التثقيفية ، أيضًا قناة الشرق الأوسط مثلت برامجها الدينية كل أهداف الموضوعات؛

(١) انظر : الجدول رقم (١١) ، ص ١٦١ .

وهـذا يشـيـر إلى الشـمـوليـة فـقـد تناولت جـمـيع الأهداف التـربوية ، والتثقيفية ، والدعوية ، والإرشادية ، إلا أنها جاءت بنسب متفاوتة ، ولكن يلاحظ أنهـا ركـزت أكـثـر على الأهداف الدعـوية والإرشـاد ، والأهداف التثقيفية . أما قناة المنوعات فقد ركزت على أهداف التعليم والتثقيف ، والدعوة والإرشاد ، فقط بنسب متفاوتة ، ولم يذكر شيء عن الأهداف التربوية ، ، كما أنها ركزت بشكل كبير على الأهداف التثقيفية بنسبة (٥٧,٨٪) .

والملاحظ على نتائج الدراسة إجمالاً أن هناك توازنًا إلى حد مقبول لأهداف موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

سادسًا : اتجاهات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن قناة الأردن الفضائية احتلت الاتجاهات الإيجابية فيها أعلى نسبة حيث بلغت (٩٧٪) بتكرار (٣٢) [١] . بينما مثل الاتجاه السلبي نسبة (٣٪) بتكرار (١) ، وهذا يشير إلى مدى التزام البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية بالمعيار الموضوع للدراسة بالنسبة لاتجاهات الموضوعات في البرامج الدينية ، أما الاتجاهات الإيجابية في قناة الشارقة الفضائية فقد جاءت بنسبة (١٠٠٪) رغم كثافة برامجها الدينية ؛ إلا أنها أكثر القنوات التزامًا بالمعيار الموضوع للدراسة . ولا غرابة في ذلك لأن القناة أصلاً تهتم بالبرامج الدينية ، أيضًا قناة الشرق الأوسط بلغت الاتجاهات الإيجابية فيها ما نسبته (١٠٠٪) ولم يسجل عليها أي اتجاه سلبي ، وهذا يشير إلى مدى

(١) انظر : الجدول رقم (١٢) ، ص ١٦٣ .

التزامها بالمعيار الموضوع لدراسة الاتجاهات في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة ، أما قناة المنوعات فقد مثلت الاتجاهات الإيجابية فيها نسبة (٩٧,٨٪) ، بينما احتلت الاتجاهات السلبية نسبة (٢,١٪) ، وهذه الاتجاهات السلبية جاء ت فيما يعرف بالابتهالات الدينية التي تقدم بالدعاء الذي يصاحبه موسيقى أو دفوف ؛ وهذا ليس له أصل في الشرع ويعد أمراً سلبيًا ، وحكم الغناء والاستماع إليه حرام ، وأجمع بعض العلماء على تحريمه عدا الضرب بالدفوف في الزواج فإنه مشروع للنساء دون الرجال .. والله أعلم .

المطلب الثاني : أشكال البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة :

(١) الشكل :

أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة شكل الحديث [(١)] في قناة الأردن الفضائية العربية ، ولم يذكر عن الأشكال الأخرى سوى الحديث إلى جمهور مستمع ، والمقابلة .. وهذه دلالة واضحة على قصور النواحي الفنية للبرامج الدينية إذ إن هناك قوالباً وأشكالاً فنية أخرى أكثر تشويقاً خاصة مع تطور تكنولوجيا الإعلام ، أما فيما يتعلق بقناة الشارقة الفضائية فقد جاء الحديث بأعلى نسبة ثم الندوة ، واستخدمت قناة الشارقة أغلب الأشكال البرامجية في المضمون الديني ، وهذا يشير إلى أن قناة الشارقة الفضائية قد استخدمت قوالب فنية متنوعة في عرض المادة الدينية ، وهذا أمر في مجمله يعد جيداً ، وفي المقابل فالباحث يعيب على القناة استخدام الحديث بنسبة عالية وعدم الاهتمام أكثر بأشكال البرامج الأخرى .

كما تحدثت الدراسة عن وجود شكل واحد فقط وهو « الحديث » في برامج تلفزيون الشرق الأوسط الدينية ؛ وهذا يشير إلى إهمال هذا النوع من البرامج ، ولا يعني ذلك أن هناك تجاهلاً متعمداً من القناة للبرامج الدينية بأنواعها ، والباحث يرى أن قناة الشرق الأوسط لديها إمكانات فنية ومادية كبيرة جداً ، وطاقة إنتاجية تفوق الكثير من القنوات الفضائية العربية ، فبرنامج ديني واحد بعد الافتتاح غير مقبول ؛ خاصة أن هذه القناة كانت من أوائل القنوات الفضائية وتبث إلى أرجاء العالم كافة . ولقد أثبتت الدراسة الميدانية أن الجمهور بحاجة للبرامج الدينية

---

(١) انظر جداول أرقام (١٢) ص ١٦٦ ، (١٤) ص ١٧٠ ، (١٥) ص١٧٣ ، (١٦) ص ١٧٥ .

خاصة برامج الفتاوى والحوارات على الهواء مباشرة ، ويدل على ذلك الاتصالات من أنحاء العالم كافة على برامج الفتاوى في كثير من القنوات الفضائية العربية . كما أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة الحديث كشكل من أشكال البرامج الدينية في قناة المنوعات بتلفزيون العرب ، ولعل ذلك يرجع إلى أن أغلب البرامج الدينية تأخذ القالب أو الشكل التقليدي وهو (الحديث) وهذا قصور وعدم اهتمام . فالبرامج الدينية تستوعب الأشكال كافة إذا ماوجدت اهتمامًا فنيًا من قبل المخرجين والفنيين المعنيين بذلك . وتلفزيون العرب – وإن استخدم أغلب الأشكال في برامجه الدينية– إلا أننا نأمل من هذه القناة بما لها من إمكانات فنية وبشرية ومادية عالية ومواقع واستوديوهات في أغلب عواصم الدول العربية والأجنبية أن تهتم أكثر بهذا النوع من البرامج ، وإن كانت القناة تجارية وتهتم بالنواحي الاقتصادية ، إلا أن البرامج الدينية لها جمهور عريض في أنحاء العالم كافة ، واستقطاب هذه الشريحة الواسعة لاشك يزيد من نسبة المشاهدين للقناة ، ومن ثَمَّ يزيد المردود التجاري من الإعلانات وغيرها ، فكلما زاد عدد المشاهدين زادت قيمة الإعلان .

(٢) المواد المصاحبة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة :

أوضحت نتائج الدراسة أن المواد المصاحبة للبرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية فقط :الفيلم التسجيلي والصور ، أما بقية المواد المصاحبة فلم يذكر عنها شيء ، أما قناة الشارقة الفضائية فقد استخدمت المواد المصاحبة في برامجها الدينية كافة عدا (الدراما ، الكاريكاتير والخرائط) ، وسجلت الصور المستخدمة أعلى نسبة

استخدام ، ويلاحظ أن جملة المواد المصاحبة للبرامج الدينية في هذه القناة قليلة نوعاً ما إذا ماقورنت بحجم البرامج الدينية في قناة الشارقة ، أما المواد المصاحبة في للبرامج الدينية في تلفزيون الشرق الأوسط فليس لها وجود إطلاقاً ؛ وهذا سببه قلة البرامج الدينية فيها ، إضافة إلى اعتمادها على شكل فني واحد للبرامج الدينية وهو (الحديث) والذي عادة مايخلو من مواد مصاحبة أو إبداعات فنية ؛ وهذا خلل واضح وقصور ، وتشير الدراسة أيضاً إلى أن المواد المصاحبة في قناة المنوعات بتلفزيون العرب مقبولة إلى حد ما ، ولكن سجل الفيلم التسجيلي أعلى نسبة ، ويلاحظ أن المواد المصاحبة مثل (المشهد التمثيلي ، والكاريكاتير ، والخرائط) لم يذكر عنها شيء .

إن الملاحظ على المواد المصاحبة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية - عينة الدراسة - قليلة ، بل يلاحظ أيضاً انعدام بعضها ، وهذه دلالة واضحة على قصور النواحي الفنية للبرامج الدينية . كما تفتقد هذه البرامج إلى عنصر التشويق وجذب الانتباه لخلو أغلبها من اللمحات الفنية والمؤثرات الصوتية والمرئية ، ومهما يكن من محظورات في استخدام المؤثرات الصوتية والمرئية التي تصاحب عادة أي برنامج ، إلا أنه يوجد الكثير من المؤثرات الصوتية والمرئية وكثير من الفنون الإخراجية التي لايمنعها الشارع ، ولا تتعارض مع الدين .

(٣) المدة الزمنية للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية - عينة الدراسة [١] :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن مدة البرامج الدينية بلغت (٦٤٦ ‎٠‏د) شملت (٣٣) برنامجاً ، من الحديث (٣٠) برنامجاً استغرق (٦١٦ د .) والحديث

(١) انظر جداول أرقام (١٣) ص ١٦٦ ، (١٤) ص ١٧٠ ، (١٥) ص١٧٣ ، (١٦) ص ١٧٥ .

إلى جمهور مستمع برنامجان استغرقا (٢٠د٠) ، والمقابلة جاء ت مرة واحدة بمدة زمنية (١٠د .) ، وهذا يشير إلى قلة البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية ، أما قناة الشارقة الفضائية فقد بلغت مدة برامجها الدينية (٧٢٤٧ د .) شملت (٢٩٤) برنامجاً دينياً توزعت على جميع أشكال البرامج الدينية عدا (الفيلم ، والندوة بجمهور مستمع ، والحديث بجمهور مستمع) وهذا التوازن مقبول جداً ، وجاءت المدة الزمنية للبرامج الدينية في قناة المنوعات إجمالاً (٣٠٨٨ د .) شملت (١٤٠) برنامجاً، وأيضاً كان توزيع المدة المزمنية على أشكال البرامج الدينية في القناة مقبولاً إلى حد ما عدا أشكال لم يذكر عنها شي مثل : (الحديث بجمهور مستمع ومشارك ، والمقابلة بحوار ، والمجلة ، والفيلم ، وقاص وقصة) .

أما المدة الزمنية للبرامج الدينية في تلفزيون الشرق الأوسط فقد بلغت (١١٤٨د.) شملت (٤١) برنامجاً لشكل واحد فقط وهو الحديث وهذا قصور واضح ؛ إذ أن القناة لم يوجد بها إلا هذا الشكل عند إخضاعها للدراسة .

(٤) أوقات إذاعة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة [1] :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن الفترة الصباحية مثلت (٩٠٪) في قناة الأردن الفضائية ، كما مثلت الفترة الصباحية في قناة الشارقة الفضائية (٤٥,٢٪) للفترة من (٥–١٢) صباحاً ومثلت الفترة من (٢–٥) صباحاً (٢٨,٦٪) ؛ وهذا يشير إلى تركيز القناة أيضاً على الفترة الصباحية ، أما قناة الشرق الأوسط فقد مثلت الفترة الصباحية فيها مانسبته (٩٠,٢٪) وهي نسبة عالية تشير إلى تركيز القناة على تلك الفترة ، وفي

---

(١) انظر جداول أرقام (١٣) ص ١٦٦ ، (١٤) ص ١٧٠ ، (١٥) ص١٧٣ ، (١٦) ص ١٧٥ .

قناة المنوعات جاء ت الفترة الصباحية بنسبة (٩٧,١٪) وهذا يشير أيضاً إلى اعتماد القناة على الفترة الصباحية ، وهنا لابد أن نشير إلى التخطيط السيىء الذي تنتهجه قنوات الدراسة بالنسبة لأوقات إذاعة البرامج الدينية . فأغلب هذه القنوات تعتمد على الفترة الصباحية وهي ليست ذروة مشاهدة ، ويدل على إهمال واضح لمثل هذا النوع من البرامج ؛ فالفترة الصباحية أو الظهيرة غير مناسبة .

(٥) اللغة المستخدمة في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة [١] :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن فصحى التراث جاء ت بأعلى نسبة مثلت (٩٣,٩٪) في قناة الأردن الفضائية ، فيما مثلت الفصحى الميسرة نسبة (٦,٤٪) ، وهذا أمر يعد جيداً ، كما مثلت فصحى التراث أعلى نسبة في تلفزيون الشارقة الفضائي بلغت (٥٧,١٪) ، ثم الفصحى الميسرة بنسبة (٣٠,٣٪) ، وهذا الأمر يشير أيضاً إلى الاهتمام باللغة العربية – لغة القرآن الكريم– في عرض المضمون الديني ، ولا بأس بأن تستخدم الفصحى الميسرة أو الغالبة لأن بعض الشروحات تحتاج إلى ذلك .

أما قناة المنوعات بتلفزيون العرب فقد استخدمت جميع فئات اللغة في برامجها الدينية ، ولكن مثلت فصحى التراث أعلى نسبة فقد بلغت (٧١,٤٪) ، ويرى الباحث أن ذلك مقبول ، وفي قناة الشرق الأوسط استخدمت لغة فصحى التراث بأكبر نسبة بين القنوات فبلغت (٩٧,٦٪) ، وهذا أمر طبيعي لأن فصحى التراث تتناسب مع طبيعة البرامج الدينية ؛ لأن لغة القرآن الكريم والسنة النبوية لغة عربية أصيلة .

---

(١) انظر جداول أرقام (١٣) ص ١٦٦ ، (١٤) ص ١٧٠ ، (١٥) ص١٧٣ ، (١٦) ص ١٧٥ .

المبحث الثاني
تقويم نتائج الدراسة الميدانية

المطلب الأول : حجم مشاهدة الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – للبرامج الدينية في الفضائيات العربية .

المطلب الثاني : دوافع مشاهدة الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – للبرامج الدينية في الفضائيات العربية .

المطلب الثالث : إشباعات الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – من البرامج الدينية في الفضائيات العربية .

المطلب الأول : حجم الجمهور السعودي والعربي المشاهد للبرامج الدينية في الفضائيات العربية :

أولاً : حجم الجمهور السعودي – عينة الدراسة :

(١) تفضيلات المشاهدة للقنوات الفضائية العربية لدى الجمهور السعودي :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن تفضيلات الذكور السعوديين – عينة الدراسة– تشير إلى أنهم يهتمون أكثر بالنواحي الإخبارية والسياسية والتي تتميز بهما قناتا الجزيرة وتلفزيون الشرق الأوسط ، ثم الاهتمام بالقنوات ذات الطابع الثقافي والترفيهي مثل قنوات : (دبي ، والبحرين ، وأبو ظبي ، والكويت ، والشارقة) ، أما بقية القنوات الفضائية العربية فجاء ت المشاهدة لها شبه طبيعية [١] .

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الإناث السعوديات يفضلن الاهتمام بالبرامج الاخبارية والسياسية ، إذ تتميز بهما قناتا :الشرق الأوسط والجزيرة ، ثم بعد ذلك يفضلن النواحي الثقافية إذ تتميز بها قناة الشارقة الفضائية ، ثم يفضلن الجانب الترفيهي وهو ماتمثله أغلب القنوات الفضائية العربية[٢] .

(٢) الفترة الزمنية المستغرقة في مشاهدة القنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد لدى الجمهور السعودي :

أشارت نتائج الدراسة إلى عدد الساعات التي يمضيها الذكور السعوديون في مشاهدة القنوات الفضائية العربية ، فجاء ت فئة (ساعتان) بأعلى نسبة ، ثم فئة ثلاث ساعات ، وهذا يشير إلى قلة مشاهدة الذكور السعوديين للقنوات الفضائية العربية[٣] ، كما أشارت الدراسة إلى أن[٤] عدد الساعات التي يمضينها

---

(١) انظر جدول رقم (٢٢) ص ١٨٦ .
(٢) انظر جدول رقم (٣٦) ص ٢٠٥ .
(٣) انظر جدول رقم (٢٣) ص ١٨٩ .
(٤) انظر جدول رقم (٣٨) ص ٢٠٩ .

المشاهدات السعوديات أيضاً أعلى نسبة لفئة (الساعتان) ، ثم ثلاث ساعات ، وهي تشير أيضاً إلى قلة مشاهدة الإناث والذكور السعوديين للقنوات الفضائية العربية ، إذ أن معدل (ساعتان) أو ثلاث ساعات في اليوم الواحد تعد نسبة ضئيلة إذا ماقورنت بساعات بث القنوات الفضائية العربية التي يصل بعضها إلى أربع وعشرين ساعة .

(٣) البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور السعودي :

أشارت نتائج الدراسة[١] على الذكور السعوديين – عينة الدراسة – إلى أن برامج قناة الشارقة الدينية احتلت المرتبة الأولى في أفضلية المشاهدة ، ثم البرامج الدينية في قناة الجزيرة ، ثم البرامج الدينية في قناة الأردن ، ثم البرامج الدينية في قناة المنوعات بتلفزيون العرب ، ثم البرامج الدينية في تلفزيون الشرق الأوسط ، ويجب التنبيه هنا إلى أن البرامج الدينية في قناة الجزيرة ليست ضمن عينة الدراسة ولكن كانت ضمن اختيارات مفتوحة لأفراد العينة . كما أشارت نتائج الدراسة إلى عن الإناث السعوديات –عينة الدراسة – [٢] أن البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية جاءت في المرتبة الأولى، ثم البرامج الدينية في تلفزيون الشرق الأوسط ، ثم البرامج الدينية في قناة المنوعات في تلفزيون العرب ، وهذا يشير إلى مدى إقبال الذكور والإناث السعوديين على البرامج الدينية وخاصة قناة الشارقة ؛ إذ إنها جاءت في المرتبة الأولى عند أفراد عينة الجمهور السعودي .

(٤) فترة مشاهدة البرامج الدينية في اليوم الواحد لدى الجمهور السعودي :

أوضحت نتائج الدراسة على الذكور السعوديين –عينة الدراسة – [٣] أن فئة (الساعتان) مثلت أعلى نسبة في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية

(١) انظر جدول رقم (٢٤) ص ١٩٠ .
(٢) انظر جدول رقم (٣٩) ص ٢١٠ .
(٣) انظر جدول رقم (٢٥) ص ١٩٢ .

العربية ، وهذا يشير إلى أن لدى المشاهدين - عينة الدراسة - اهتمامًا كبيرًا بمشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية على الرغم من قلة تلك البرامج إذا ماقورنت بساعات البث والبرامج الأخرى ، كما أشارت نتائج الدراسة على الإناث السعوديات عينة الدراسة إلى أن فئة (أقل من ساعة) جاءت بأعلى نسبة مشاهدة لديهن ، وهذا يشير إلى أن اهتمام المشاهدات السعوديات[1] -عينة الدراسة - بالبرامج الدينية قليل جداً .

(٥) تأثير تعدد القنوات الفضائية في حجم الاستخدام لدى الجمهور السعودي :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن تعدد القنوات الفضائية يؤثر في حجم استخدام الذكور السعوديين[2] بنسبة (٦١,٣٪) ، وربما يرجع ذلك إلى وجود برامج دينية متنوعة في أكثر من قناة ، كما أشارت نتائج الدراسة على الإناث السعوديات -عينة الدراسة - أن تعدد القنوات الفضائية العربية أيضاً أثر على حجم استخدامهن بنسبة (٦٢٪) وهي نسبة متساوية مع الذكور السعوديين .

(٦) مقدار الزيادة والنقص في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور السعودي :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة زيادة المشاهدة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عند الذكور السعوديين[3] بلغت (٤٨٪) . بينما بلغت عند الإناث السعوديات [4] نسبة (٥٨,٧٪) ؛ وهذا يشير إلى زيادة نسبة المشاهدة لدى الإناث السعوديات منها عن الذكور السعوديين ، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن مقدار نقص مشاهدة البرامج الدينية لدى الذكور السعوديين بلغت (٤٢٪) ، بينما بلغت عند الإناث السعوديات (٣٥,٣٪) ؛ وهذا يشير إلى انخفاض نقص المشاهدة لدى الإناث السعوديات - عينة الدراسة - عن الذكور السعوديين .

---

(١) انظر : جدول رقم (٤٠) ص ٢١٢ .

(٢) انظر جداول أرقام (٢٦) ص ١٩٢ ، (٤١) ص ٢١٣ .

(٣) انظر جدول رقم (٢٧) ص ١٩٣ .

(٤) انظر جدول رقم (٤٢) ص ٢١٣ .

(٧) أسباب زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور السعودي :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم أسباب زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين[١] – عينة الدراسة – تتمثل في حاجتهم إلى زيادة الثقافة والمعرفة الدينية ، وإلى معرفة الأحكام الشرعية ، وإلى استغلال الوقت في أشياء مفيدة ، وكذلك تطور أداء البرامج الدينية في الفضائيات العربية ، وهذا يشير في مجمله إلى اهتمام جزء كبير من المبحوثين بالبرامج الدينية . كما تقاربت لدى الإناث السعوديات – عينة الدراسة – الأسباب نفسها ؛ إذ جاءت أولويات المشاهدة لحاجتهن إلى معرفة الأحكام الشرعية ، ثم لزيادة الثقافة الدينية ، ثم لإسهام البرامج الدينية في حل بعض المشكلات الاجتماعية ، ثم استغلال الوقت في أشياء مفيدة ، وعلى الرغم من أن الجمهور السعودي – عينة الدراسة – بفئتيه قد أشاروا إلى كل أسباب زيادة المشاهدة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية وبنسب متفاوتة ومتقاربة – إلا أن ذلك يشير إلى رغبة المشاهدة للبرامج الدينية والاستفادة منها .

(٨) أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور السعودي :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور السعوديين – عينة الدراسة – [٢] كانت لسببين : الأول هو أن وقت إذاعة البرامج الدينية لا يتناسب مع وقت فراغ المشاهد ؛ وهذا السبب وجيه إذ إن أوقات البرامج الدينية تراوحت من الساعة الثانية ليلاً إلى السابعة صباحاً ، وفترة أخرى هي وقت الظهيرة .. وهذه الأوقات

(١) انظر : جداول أرقام : (٢٨) ص ١٩٤ ، (٤٣) ص ٢١٤ .

(٢) انظر : جدول رقم (٢٩) ص ١٩٦ .

ليست أوقات ذروة المشاهدة . والسبب الآخر هو عدم الوثوق في مصداقيتها ؛ وهذا يوضح أن الذكور السعوديين يرجحون اكتساب معرفتهم وثقافتهم الدينية من مصادرهم المحلية ، وأشارت الدراسة في الوقت نفسه إلى أن أهم أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية لدى الإناث السعوديات[١] – عينة الدراسة – هي أيضاً أن وقت البرامج الدينية لا يتناسب مع أوقات فراغهن ، وكذلك عدم الوثوق في مصداقيتها ، ولا يعتبرن البرامج الدينية في الفضائيات العربية مصدراً من مصادر تلقي المعرفة والثقافة الدينية ، وهنا تتشابه إلى حد كبير أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بين الذكور والإناث السعوديات .

(٩) أشكال البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور السعودي – عينة الدراسة :

أشارت النتائج إلى أن الذكور السعوديين[١] يفضلون في المقام الأول الندوة بمشاركة الجمهور على الهواء مباشرة ، وهذا يشير إلى أنهم يرغبون في الحوارات المفتوحة على الهواء لما فيها من حرية في طرح الآراء وعدم تعرضها للرقيب الإعلامي ، ثم بعد ذلك جاء الحديث ثم المقابلة ؛ وهي أشكال تقليدية للبرامج الدينية ، أما بقية الأشكال فكانت نسبتها ضئيلة في التفضيل ، وأشارت الدراسة أيضاً إلى أن الإناث السعوديات[٢] يفضلن المقابلة – عكس الذكور السعوديين – في المرتبة الأولى ، ثم الحديث ، ثم الندوة ، ثم الدراما ، ثم الفيلم ، ثم المجلة ، وهذه التفضيلات تختلف عن تفضيلات الذكور السعوديين – عينة الدراسة – وربما يرجع ذلك إلى عدم رغبة الإناث السعوديات في الحوار على الهواء مباشرة[٣] .

---

(١) انظر : جدول رقم (٤٤) ص ٢١٦ .
(٢) انظر : جدول رقم (٣٠) ص ١٩٨ .
(٣) انظر : جدول رقم (٤٥) ص ٢١٨ .

ثانيًا : حجـــم الجمهـــور العربـــي - عينة الدراسـة :

١ - تفضيلات المشاهدة للقنوات الفضائية العربية لدى الجمهور العربي :

أشـارت نتـائج الدراسـة إلى أن الذكـور العـرب [١] يفـضلون النواحي السياســـية والإخبارية أكثر ؛ إذ تتميز بهما قناتا الجزيرة ، والشرق الأوســـط ، ثم جاء الاهتمـام بقنوات : (مصـر ، وأبو ظبي ، واللبنانية ، ودبي ، والمنوعات)التي تهتم أكثر بالنواحي الترفيـهية ، فيما تراجعت قناة الشارقة الفضـائية إلى المرتبة الثامنة وهي قناة ثقافية دينية ، وكذلك قناة اقرأ الثقافية ، ثم جاءت بعد ذلك القنوات الفضـائية الأخرى في مراتب متـأخـرة من المشـاهدة ، كمـا أشـارت نتـائج الدراسـة إلى أن الإناث العربيات [٢] يفضلن مشاهدة قناة المنوعات بتلفزيون العرب في المرتبة الأولى ؛ وهي قناة تهتم بالنواحي الترفيهية والمنوعات والموسيقى في أغلب برامـجـهـا ، وفي المرتبـة الثـانيـة قناة الشرق الأوسط وهذه القناة تهـتم بالنواحي الإخبارية والسياسية أكثر ، إضافة إلى الترفيه ؛ وهذا يشير إلى اهتمام المشاهدات العربيات بالأخبار والسياسة في المرتبة الثانية ، ثم في المرتبة الثالثة قناة السودان ، ثم قناة مصر ؛ وذلك يرجع ربما لوجود الجـاليـة السـودانيـة والمصرية في المملكة العربيـة السـعودية ، وقد جـاء الاهتمـام بقناة الشـارقة وهي قناة ثقافيـة في المرتبة الرابـعة ، أما بقـيـة القنوات الفضائية العربية الأخرى فجاءت مشـاهدتها إليـها شبه متقاربة وطبيـعيـة ، وهناك تبـاين يسـير بين الذكور والإنـاث العرب في أفـضليـة المشاهدة للقنوات الفضائية العربية ..

---

(١) انظر : جدول رقم (٥١) ص ٢٢٤ .

(٢) انظر جدول رقم (٦٦) ص ٢٤٤ .

٢ – الفترة الزمنية المستغرقة في مشاهدة الفضائيات العربية في اليوم الواحد لدى الجمهور العربي .

أشارت أهم النتائج إلى أن عدد الساعات التي يمضيها الذكور العرب(١) في مشاهدة القنوات الفضائية في اليوم الواحد مثلت فئة (ساعتان) أعلى نسبة ، ثم فئة (ساعة واحدة)، وهذه النسب المتفاوتة تشير إلى قلة تعرض المشاهد العربي للقنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد إذا ماقورنت بساعات البث ، وتعددالقنوات ، وربما يرجع ذلك إلى وجود قنوات فضائية أجنبية أخرى منافسة ، كما أشارت النتائج إلى أن عدد الساعات التي يمضينها الإناث العربيات (٢) -عينة الدراسة- في مشاهدة القنوات الفضائية في اليوم الواحد مثلت فئة (أربع ساعات) في المرتبة الأولى في التعرض للفضائيات العربية في اليوم الواحد ، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة (ثلاث ساعات) ، وهذا يشير إلى ارتفاع معدل المشاهدة اليومية للفضائيات العربية ، وأن الإناث العربيات أكثر تعرضاً للمشاهدة من الذكور العرب ، إذ تبين أن أكثر من نصف العينة يتعرضن للقنوات الفضائية العربية لمدة تستغرق الساعات الأربعة تقريباً .

٣- البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور العربي .

أشارت نتائج الدراسة إلى مدى إقبال الذكور العرب – عينة الدراسة – على مشاهدة البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية : وهي تتميز ببث برامج دينية قيمة ، ثم بعد ذلك اهتم الجمهور بمشاهدة قناة المنوعات بتلفزيون العرب ؛ وهذه القناة من ضمن القنوات التي خضعت برامجها للدراسة ، ثم تلفزيون الشرق الأوسط الذي أخضع هو أيضا للدراسة رغم قلة برامجه الدينية بل ندرتها مقارنة بساعات البث ، مما يشير إلى أن

(١) انظر : جدول رقم (٥٣) ص ٢٢٨ .

(٢) انظر جدول رقم (٦٨) ص ٢٤٨ .

الكم في البرامج الدينية ليس هو المهم بالنسبة للذكور العرب ، (١) ولكن الكيفية هي الأهم في المشاهدة ، كما يلاحظ على النتائج أن الإناث العربيات(٢) لديهن الرغبة في الإقبال على مشاهدة البرامج الدينية ، وقناة الشارقة التي احتلت المرتبة الأولى هي أفضل من يقدم برامج دينية في القنوات الفضائية العربية ، أما قناة المنوعات فهناك برامج دينية فيها قيمة ولا بأس بنسبتها على خريطة البرامج اليومية ، قناة الأردن الفضائية أيضًا البرامج الدينية فيها قليلة جدًا ، وكانت من بين القنوات المفضلة في المشاهدة ، وقناة مصر الفضائية – على الرغم من تأخر ترتيبها– إلا أن بها برامج دينية أفضل من الأردن والشرق الأوسط ، أما قناة الجزيرة فبرامجها الدينية متميزة ولكنها كانت آخر تفضيلات الاناث العربيات – عينة الدراسة – وهنا يظهر تباين بين الذكور والإناث العرب في أفضلية المشاهدة .

٤– فترة مشاهدة البرامج الدينية في اليوم الواحد في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور العربي .

أشارت أهم نتائج الدراسة إلى أن فئة (ساعتان) التي يمضيها الذكور العرب (٣) في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية جاءت بأعلى نسبة ، ثم بعد ذلك فئة (ثلاث ساعات) ، ثم فئة (أقل من ساعة) ، ثم فئة (أربع ساعات) ، وهذه النتائج تشير إلى أن هناك اهتمامًا كبيرًا بمشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية رغم قلتها إذا ماقورنت بساعات البث اليومي ، إضافة إلى معدل تعرض الذكور العرب لمشاهدة برامج الفضائيات العربية ، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن فئة (أقل من ساعة) (٢) مشاهدة مثلت أكثر من نصف عينة الدراسة لدى

(١) انظر : جدول رقم (٥٤) ص ٢٢٩ .

(٢) انظر جدول رقم (٦٩) ص ٢٤٩ .

(٣) انظر جدول رقم (٥٥) ص ٢٣١ .

الإناث العربيات (١) ، ثم بعد ذلك فئة (ساعتان) ؛ وهذا يختلف عن الذكور العرب .

٥- تأثير تعدد القنوات الفضائية العربية في حجم استخدام البرامج الدينية لدى الجمهور العربي .

أوضحت نتائج الدراسة[٢] أن تعدد القنوات الفضائية العربية له أثر إيجابي في حجم استخدام الذكور العرب ؛ إذ بلغت النسبة (٧٠,٧٪) وهي نسبة كبيرة . وهذا التأثير يعطي دلالة واضحة على رغبة المشاهدين من الذكور العرب في مشاهدة البرامج الدينية المتنوعة في أكثر من قناة تلفزيونية فضائية عربية .

كما أوضحت نتائج الدراسة أن لتعدد القنوات الفضائية العربية أثراً إيجابياً في حجم استخدام الإناث العربيات [٣] -عينة الدراسة - إذ بلغت النسبة (٩٢,٠٪) ؛ وهي نسبة عالية تفوق نسبة الذكور العرب .

٦- مقدار الزيادة والنقص في مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية لدى الجمهور العربي .

بلغت نسبة زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عند الذكور العرب [٤] (٥٧,٣٪) وهي نسبة لابأس بها ، ولو طرأ تحسن على أداء البرامج الدينية لارتفعت النسبة ؛ إذ إن هناك نقصاً في مشاهدة البرامج الدينية بلغت نسبته (٤٠٪) ،

---

(١) انظر : جدول رقم (٧٠) ص ٢٥١ .

(٢) انظر جدول رقم (٥٦) ص ٢٣٢ .

(٣) انظر جدول رقم (٧١) ص ٢٥٢ .

(٤) انظر جدول رقم (٥٧) ص ٢٣٢ .

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن مقدار الزيادة في مشاهدة البرامج الدينية لدى الإناث العربيات في الفضائيات العربية قد بلغت نسبة عالية تصل إلى (٧٣,٣٪) ، وهذا أمر يبشر بالخير ، ولو تواصل التحسن في أداء البرامج الدينية لارتفعت نسبة زيادة المشاهدة أكثر عند الإناث العربيات –عينة الدراسة . أما نقص المشاهدة فجاء بنسبة (٢٥٪) ، وهذا يشير إلى أن زيادة المشاهدة لدى الإناث أفضل من الذكور ، كما أن نقص المشاهدة عند الذكور العرب أكبر من الإناث العربيات [١] .

٧- أسباب زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور العربي :

أشارت أسباب زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية إلى حاجة الذكور العرب[٢] إلى زيادة الثقافة والمعرفة الدينية ، وقد كان هذا السبب أكثر تكرارًا ، ثم تناول البرامج الدينية قضايا تهم الأمة ، ثم بعد ذلك تقديم البرامج الدينية حلولاً لمشكلات اجتماعية معاصرة ، ثم حاجة الذكور العرب إلى معرفة الأحكام الشرعية ، وهذه الأسباب هي أكثر الأسباب تكرارًا من الأسباب الأخرى ، على الرغم من أن الذكور العرب أشاروا إلى كل أسباب الإقبال على مشاهدة البرامج الدينية بتكرارات متفاوتة ، وهذا يشير إلى اهتمام الذكور العرب بمشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية ، ولديهم الرغبة بزيادة نسبة المشاهدة ، كما أشارت نتائج أسباب زيادة مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية لدى الإناث العربيات – عينة الدراسة –[٣] إلى حاجتهن إلى زيادة الثقافة والمعرفة الدينية ، فكان هذا السبب من أولويات أسباب زيادة المشاهدة للبرامج الدينية ، وجاء السبب الثاني من أسباب

(١) انظر : جدول رقم (٧٢) ص ٢٥٢ .

(٢) انظر جدول رقم (٥٨) ص ٢٣٣ .

(٣) انظر جدول رقم (٧٣) ص ٢٥٤ .

الزيادة أن البرامج الدينية تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية معاصرة ، وأيضًا احتواؤها على فتاوى وأحكام فقهية ، وحاجة المشاهدات إليها في معرفة الأحكام الشرعية ، وهذه الأسباب كانت أهم أسباب زيادة المشاهدة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، وعلى الرغم من أن عينة الدراسة من الإناث العربيات قد أشرن إلى كل أسباب الزيادة بنسب متفاوتة إلا أن كل ذلك يشير إلى الرغبة في زيادة المشاهدة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، واختلفت أولويات الأسباب عند الذكور والإناث العرب عدا السبب الأول .

٨- أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور العربي .

أشارت النتائج إلى أن أهم أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية لدى الذكور العرب (١) في القنوات الفضائية العربية ، هو أن وقت إذاعة البرامج الدينية لايتناسب مع وقت فراغ المشاهد ؛ وهذا ما تؤكده الدراسة التحليلية للبرامج الدينية . إذ تبين أن وقت إذاعة البرامج الدينية في الفضائيات العربية قبل أذان الفجر وبعده أو في فترة الظهيرة ، وهذه الفترات هي أقل نسبة مشاهدة فيها ، أما السبب الآخر في نقص المشاهدة هو أن الاهتمام بالبرامج الدينية في الفضائيات العربية دون المستوى المطلوب وهذا يرجحه واقع البرامج الدينية من النواحي الفنية والاخراجية ، إذ ليس هناك أي أساليب مبتكرة جديدة ، بل إن معظم الفضائيات تقدم البرامج الدينية التقليدية المعروفة ، ومن أهم الأسباب أيضًا أن العلماء والمفكرين في البرامج الدينية دون المستوى المطلوب ، وهذا السبب ربما يرجع إلى رغبة المشاهد في مشاهدة علماء على مستوى عال لتناول قضايا الأمة الاسلامية وهذا هو المفروض ، ولكن

---

(١) انظر : جدول رقم (٥٩) ص٢٣٥ .

يتعذر وجودهم دائمًا ، لذلك تستعين بعض الفضائيات بعلماء وأصحاب فكر إسلامي غير معروفين لسد العجز ، وعلى الرغم من أن الذكور العرب أشاروا إلى أسباب نقص أخرى في مشاهدة البرامج الدينية بتكرارات متنوعة ولكن أقل اهتمامًا من الأسباب المذكورة سابقًا ، كما أشارت أسباب نتائج أسباب تناقص مشاهدة البرامج الدينية لدى الإناث العربيات(١) في القنوات الفضائية العربية أن من أهم الأسباب هو أن البرامج الدينية لاتقدم حلولاً كافية للمشكلات الاجتماعية ، وهذا يشير إلى أن الإناث العربيات يطلبن من البرامج الدينية أن تلبي بعض حاجاتهن الضرورية منها ، كما أشرن إلى أن هناك برامج منوعة مغرية من الفضائيات الأخرى الأمر الذي أثر على حجم المشاهدة لديهن ، وعلى الرغم من أن الإناث العربيات قد ذكرن أسباب أخرى لتناقص المشاهدة أخرى؛ إلا أن هذين السببين هما الأهم ، وهناك تفاوت واضح بين أسباب تناقص المشاهدة بين الذكور والإناث العرب – عينة الدراسة .

٩- أشكال البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور العربي .

أشارت النتائج الى أن الندوة – كشكل من أشكال البرامج – جاءت في المرتبة الأولى في التفضيل ؛ وهذا يشير إلى أن الذكور العرب(٢) يرغبون في تعدد العلماء ورجال الفكر ليستمعوا إلى أكثر من رأي في القضايا المطروحة للمناقشة ، ثم جاء ت المقابلة ، ثم الحديث .. وهذه الأشكال هي أشكال تقليدية للبرامج الدينية .

أما بقية الأشكال فجاء ت بتكرارات ضئيلة ومتفاوتة . والغالب على البرامج الدينية أنها تأخذ الأشكال البرامجية الثلاثة المذكورة آنفاً أكثر

(١) انظر : جدول رقم (٧٤) ص ٢٥٦ .

(٢) انظر : جدول رقم (٦٠) ص ٢٣٧ .

من الأشكال الأخرى ، وأسباب اختيار الذكور العرب للندوة في المرتبة الأولى يرجع إلى أن القنوات الفضائية العربية بدأت تتحسن في أدائها ، فتقدم الندوة بأكثر من عالم من أقطار مختلفة وهي سابقة أولى في الفضائيات .

كما أشارت أهم نتائج أشكال البرامج الدينية المفضلة لدى الإناث العربيات إلى أن الندوة بمشاركة جمهور خارجي على الهواء مباشرة مثلت أعلى نسبة ؛ وهذا يشير إلى أن الإناث العربيات يرغبن في مشاهدة رجال الفكر والعلماء والفقهاء في البرامج الدينية ويستمعن إليهم ويشاركن في طرح الأسئلة أو إبداء الرأي أو الاستفسار على الهواء مباشرة مع ضيوف البرامج الدينية ، ثم جاءت المقابلة ، ثم الحديث ، وتعد من الأشكال التقليدية للبرامج الدينية ، أما بقية الأشكال الأخرى فقد جاء ت بتكرارات قليلة ومتفاوته .. تشير أيضاً إلى قبول الإناث العربيات لأشكال البرامج الدينية كافة في القنوات الفضائية العربية .

ويلاحظ هنا تشابه أفضليات الذكور والإناث العرب لأشكال البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية إلى حد كبير[١] .

---

(١) انظر : جدول رقم (٧٥) ص ٢٥٨ .

المطلب الثاني : دوافع مشاهدة الجمهور السعودي والعربي - عينة الدراسة- للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

(١) دوافع الجمهور السعودي عينة الدراسة :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن دافع الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا جاء في المرتبة الأولى عند الذكور والإناث السعوديين ،[(١)] وهذا يشير إلى مدى اهتمامهم بجانب معرفة الأحكام الشرعية ، وأن الحاجة لديهم ماسة إلى هذا الجانب .

وجاء دافع الحرص على زيادة الثقافة الدينية لدى الذكور والإناث السعوديين في المرتبة الثانية من درجة الاهتمام لديهم ، وهذا يشير إلى اهتمامهم بزيادة مخزون الثقافة الدينية والاستزادة مما يطرح في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، كما أن دافع الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء مفيدة جاء في المرتبة الثالثة عند الذكور والإناث السعوديين - عينة الدراسة - الأمر الذي يشير إلى الاستغلال الجيد للوقت وعدم إهداره في أشياء غير مفيدة ؛ وهذا جانب مهم في حياة المسلم ، وجاء دافع أن البرامج الدينية تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية في المرتبة الرابعة لدى الإناث السعوديات ؛ في حين تأخر هذا الدافع إلى المرتبة العاشرة لدى الذكور السعوديين ، وهذا يشير إلى تفاوت واضح في مرتبة هذا الدافع وأهميته عند أفراد العينة من الذكور والإناث السعوديين ، إذ ربما أن البرامج الدينية تلبي حاجات الإناث في هذا الجانب أكثر من تلبيتها عند الذكور ، أما دافع الحرص على الاستماع إلى العلماء فقد جاء في المرتبة الخامسة لدى الإناث السعوديات ؛ في حين جاء في المرتبة السابعة لدى الذكور السعوديين ، والفارق هنا بسيط ولا يشير إلى اهتمام متباين جداً ، وجاء دافع الحاجة

(١) انظر جداول أرقام : (٧٦) ص ٢٦١ ، (٧٧) ص ٢٦٣ .

إلى الفقه في علوم الدين في المرتبة السادسة لدى الإناث السعوديات ؛ في حين جاء في المرتبة الخامسة عند الذكور السعوديين وليس هناك تباين كبير بينهما .

ودافع الاهتمام بالإسلام والمسلمين جاء في المرتبة السابعة لدى الإناث السعوديات في حين جاء ت في المرتبة الرابعة لدى الذكور السعوديين ، وهذا يشير إلى أن هذا الدافع تقدمت درجة اهتمامه عند الذكور السعوديين عنه عند الإناث السعوديات ، ودافع الاستماع إلى النصح والتوجيه والإرشاد جاء في المرتبة الثامنة لدى الإناث السعوديات ؛ في حين جاء أيضًا في المرتبة الثامنة لدى الذكور السعوديين ؛ وليس هناك تباين بينهما ، وجاء دافع الاهتمام بالطروحات الفكرية في بعض قضايا المسلمين في المرتبة التاسعة لدى الإناث السعوديات ؛ في حين جاء في المرتبة السادسة لدى الذكور السعوديين ، وهذا يشير إلى تباين واضح في درجة الاهتمام لهذا الدافع ، وجاء دافع تميز البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عنها في التلفزيون المحلي [1] في المرتبة العاشرة بالنسبة للإناث السعوديات ؛ في حين جاء في المرتبة الحادية عشرة لدى الذكور السعوديين والفارق يسير ، ودافع معرفة دور الحضارة الإسلامية في تقدم الإنسانية جاء في المرتبة الحادية عشرة لدى الإناث السعوديات؛ وفي المرتبة التاسعة بالنسبة للذكور السعوديين والفارق هنا ليس كبيرًا بينهما ، أما دافع المشاركة في حوارات مباشرة على الهواء لتقديم وجهة نظر أو تصحيح رأي فقد جاء في المرتبة الثانية عشرة لدى الإناث السعوديات ؛ وأيضا بالمرتبة نفسها لدى الذكور السعوديين وليس هناك تباين بينهما ، وكذلك دافع أن البرامج الدينية تعيد للمسلم روحانيته ،

---

(١) يقصد بالتلفزيون المحلي هو « التلفزيون السعودي القناة الأولى » لأن الدراسة حدودها الجغرافية من حيث الجمهور المملكة العربية السعودية فقط .

أيضًا جاء في المرتبة الثالثة عشرة لدى الإناث السعوديات ؛ وجاء بالمرتبة نفسـها لدى الذكور السعوديين . والواضح من نتائج دراسة دوافع مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور والإناث السعوديين أن الدوافع ودرجة الاهتمام كانت تقريبًا متشابهة على اختلاف بسيط في بعض الدوافع ؛ وهذا يشير إلى مدى تفاعلهم مع البرامج الدينية وحاجتهم إليها على الرغم من قلة هذه البرامج في أغلب القنوات الفضائية العربية ، ولعل هذه الدوافع تنبه المسؤولين عن البرامج الدينية إلى تقويم الجمهور لها ، الأمر الذي يدفعهم إلى تحسين أدائها .

(٢) دوافع الجمهور العربي عينة الدراسة [١] :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن دافع الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية لدى الإناث العربيات جاء في المرتبة الأولى ؛ في حين جاء لدى الذكور العرب[١] في المرتبة الثانية ، وهذا الفارق ليس كبيرا وإنما يشير إلى أن طلب معرفة الأحكام الشرعية لدى الذكور والإناث العرب كان من أهم الدوافع ، وجاء دافع الحرص على زيادة الثقافة الدينية في المرتبة الأولى لدى الذكور العرب ،؛ في حين جاء لدى الإناث العربيات في المرتبة الثانية ، وهذا يشير إلى الرغبة في الاستزادة من العلم الديني لزيادة ثقافتهم الدينية ، أما دافع الاهتمام بالإسلام والمسلمين فقد جاء في المرتبة الثالثة لدى الذكور العرب ؛ في حين جاء في المرتبة الخامسة لدى الإناث العربيات ؛ وهنا نستطيع القول إن الفارق يسير وليس هناك تباين كبير في هذا الدافع ، وجاء دافع الحاجة إلى الفقه في علوم الدين في المرتبة الرابعة لدى الذكور العرب ؛ في حين جاء في المرتبة التاسعة لدى الإناث العربيات ، وهذا يشير إلى تباين واضح في درجة الاهتمام بين الذكور العرب والإناث العربيات ، ويشير أيضًا إلى أن الحاجة لهذا الدافع

---

(١) انظر جداول أرقام (٧٨) ص ٢٦٥ ، (٧٩) ص٢٦٧ .

لدى الذكور العرب أكثر منه لدى الإناث العربيات ، ودافع الاهتمام بالطروحات الفكرية في بعض قضايا المسلمين جاءت في المرتبة السادسة لدى الذكور العرب بينما جاءت في المرتبة الثالثة لدى الإناث العربيات ، وهنا تباين يسير في درجة الاهتمام بهذا الدافع إلا أنه يشير إلى أن اهتمام الإناث العربيات كان أكبر بالقضايا الخاصة بالفكر الإسلامي من الذكور العرب ، ودافع الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء مفيدة جاء في المرتبة الخامسة لدى الذكور العرب ؛ في حين جاء في المرتبة الرابعة لدى الإناث العربيات ، وهناك تباين يسير لايشير إلى فارق كبير في درجة الاهتمام ، وجاء دافع الحرص على الاستماع إلى العلماء في المرتبة السابعة لدى الذكور العرب ؛ في حين جاء في المرتبة السادسة لدى الإناث العربيات ، وهذا لايشير إلى تباين كبير في درجة الاهتمام بهذا الدافع ، ودافع الاستماع إلى النصح والتوجيه والإرشاد في البرامج الدينية جاء لدى الذكور والإناث العرب في المرتبة الثامنة بدرجة الاهتمام نفسها وليس بينهما تباين ، ودافع معرفة دور الحضارة الإسلامية في تقدم الإنسانية جاء في المرتبة التاسعة لدى الذكور العرب ؛ في حين جاء في المرتبة السابعة لدى الإناث العربيات ، وهذا يدل على تباين يسير بينهما إلا أنه يشير إلى أن الاناث العربيات لديهن اهتمام أكبر بهذا الدافع من الذكور العرب ، وجاء دافع أن البرامج الدينية تقدم حلولاً لمشكلات اجتماعية في المرتبة العاشرة لدى الذكور العرب ؛ في حين جاء في المرتبة الثانية عشرة لدى الإناث العربيات ، وهذا تباين يسير في درجة الاهتمام بهذا الدافع بينهما ، ولكنه يشير إلى أن لدى الإناث العربيات اهتماماً أكبر بالقضايا الاجتماعية عنه لدى الذكور ؛ وهذا أمر طبيعي لأن المرأة ربة أسرة ومعظم اهتماماتها اجتماعية ، وجاء دافع المشاركة في حوارات مباشرة على الهواء لتقديم وجهة نظر أو تصحيح رأي في المرتبة الحادية عشرة لدى الذكور العرب ؛ في حين جاء في

المرتبة الحادية عشرة أيضاً لدى الإناث العربيات ، مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير بينهما ، وجاء دافع تميز البرامج الدينية في القنوات الفضائية عنها في التلفزيون المحلي في المرتبة الثانية عشرة لدى الذكور العرب ؛ في حين جاء في المرتبة العاشرة لدى الإناث العربيات ، وهذا يشير إلى أن الاناث العربيات يقدمن هذا الدافع في درجة الاهتمام عن الذكور العرب ، وجاء دافع أن البرامج الدينية تعيد للمسلم روحانيته وانتماءه لدى الذكور والإناث العرب بدرجة الاهتمام نفسها بدون تباين يذكر في المرتبة الثالثة عشرة .

ويلاحظ على نتائج الدراسة الخاصة بدوافع المشاهدة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الذكور والإناث العرب - عينة الدراسة - أن جميع الدوافع متقاربة في درجة الاهتمام عدا اختلاف يسير ، مما يشير إلى اهتمامهم بمشاهدة البرامج الدينية ومدى تفاعلهم مع الموضوعات المطروحة ، وما يرجح ذلك هو إجابتهم واختيارهم لكل دوافع المشاهدة وإن تباينت مراتبها من حيث الأهمية ، وهذا يعطي الأمل في وضع هذه الاهتمامات والدوافع محل نظر المسؤولين والقائمين على البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لتحسين أدائها ، ومعرفة أن هناك جمهوراً يشاهد هذه الأنواع من البرامج ولديه الحس في تقويمها .

المطلب الثالث : إشباعات الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

أولاً : إشباعات الجمهور السعودي :

(١) الحاجات المتحققة للجمهور السعودي – عينة الدراسة – من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية [١] :

أشارت نتائج الدراسة إلى مدى الحاجات المتحققة للجمهور السعودي عينة الدراسة ؛ فجاءت الحاجات المتحققة (دائمًا) للذكور السعوديين بتكرار (٥) بنسبة (٣,٣٪) ، في حين جاءت عند الإناث السعوديات بتكرار (٢٠) بنسبة (١٣,٣٪) ، وهذا يشير إلى تباين واضح بينهما حيث كانت نسبة الإناث السعوديات أعلى من نسبة الذكور السعوديين في تحقيق الحاجات من البرامج الدينية (دائمًا) ، أما بالنسبة لما تحققه البرامج الدينية من حاجات (أحيانًا) فقد جاءت عند الذكور السعوديين بتكرار (٩٤) بنسبة (٦٢,٧٪) ، في حين جاءت عند الإناث السعوديات بتكرار (٨٥) بنسبة (٥٦,٧٪) ، وأيضًا هذا يشير إلى تباين واضح ولكن ليس الفارق كبيرًا بين الذكور والإناث السعوديين حيث إنها حققت حاجاتهم (أحيانًا) بنسبة كبيرة ، وبالنسبة لما تحققه البرامج الدينية (نادرًا) من حاجات فقد جاءت لدى الذكور السعوديين بتكرار (٤٦) بنسبة (٣٠٪) ، ولدى الإناث السعوديات بتكرار (٣٠) بنسبة (٢٠٪) ، وهذا يشير إلى أن البرامج الدينية (نادرًا) ما تحققه من حاجات للذكور السعوديين أعلى نسبة من الإناث السعوديات ، وتشير النتائج إلى أن الذين لم تحقق لهم البرامج الدينية أي حاجات بلغ تكراره لدى الذكور السعوديين (٥) بنسبة (٣,٣٪) ، أما الإناث السعوديات فبلغ تكرار اللواتي لم تحقق لهن البرامج الدينية أي حاجات (١٥) بنسبة (١٠٪) ،

(١) انظر جداول أرقام (٨٠) ص٢٧٠ ، (٨٦) ص ٢٧٦ .

وهذا تباين يسير بينهما يشير في مجمله إلى قلة نسبة الذين لم تحقق لهم البرامج الدينية أي حاجات من أفراد العينة من الذكور والإناث السعوديين ، إلا أن نسبة (٩٦,٧٪) من الذكور السعوديين –عينة الدراسة– من الذين لبت البرامج الدينية حاجاتهم تعد نسبة مرتفعة وتشير إلى مدى الاستفادة منها ، وكذلك نسبة (٩٠٪) من الإناث السعوديات من اللواتي لبت البرامج الدينية حاجاتهن تعد نسبة مرتفعة وتدل على استفادتهن منها .

(٢) مدى اعتماد الجمهور السعودي - عينة الدراسة - على الفتاوى والأحكام الفقهية التي تطرح في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية[1] :

أشارت نتائج الدراسة إلى مدى اعتماد الذكورالسعوديين على الفتاوى والأحكام المطروحة في البرامج الدينية .. فبالنسبة للاعتماد عليها (دائما) مثلت تكرار (٨) بنسبة (٥,٣٪) والإناث السعوديات مثلت (١٨) منهن بنسبة (١٢,٠٪) ، وهذا يشير إلى تباين يسير بينهما إلا أنه يدل على قلة نسبة اعتماد الجمهور السعودي – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية المطروحة في البرامج الدينية ، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من الجمهور السعودي – عينة الدراسة – اعتمد عليها (أحيانًا) إذ مثلت لدى الذكور السعوديين تكرارًا بلغ (٧٧) بنسبة (٥١,٣٪) ، بينما بلغ لدى الإناث السعوديات (٨١) بنسبة (٥٤٪) ، وهذا تباين يسير بينهما إلا أنه يشير إلى أن هناك اعتماداً كبيراً (أحيانًا) على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية من قبل أفراد العينة ، أما اعتماد الذكور والإناث السعوديين (نادرًا) على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية فقد جاء لدى الذكور السعوديين بتكرار (٣٥) بنسبة (٢٣,٣٪) ولدى الإناث السعوديات بتكرار (٢٦) بنسبة (١٦,٧٪) ؛ وهذا يشير إلى تباين بينهما في مدى الاعتماد (نادرًا) عليها .

(١) انظر جداول أرقام (٨١) ص ٢٧١ ، (٨٧) ص ٢٧٧ .

أما الذين لايعتمدون على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية فبلغ لدى الذكور السعوديين (٣٠) بنسبة (٢٠٪) ، أما لدى الإناث السعوديات فبلغ (٢٦) بنسبة (١٧٪) ، وهذا يشير إلى تباين بسيط بينهما ، ويلاحظ على ماسبق من نتائج أن نسبة كبيرة من أفراد العينة من الذكور والإناث السعوديين – عينة الدراسة– يعتمدون على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية بنسبة مثلت تقريباً (٨٠٪) من أفراد العينة ؛ وهذا يشير إلى ثقتهم في هذا المصدر .

(أ) أسباب عدم اعتماد الجمهور السعودي – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في القنوات الفضائية العربية :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن الذين لايعتمدون على الفتاوى والأحكام الفقهية من الذكور السعوديين[1] بلغ (٣٠) بنسبة (٢٠٪) ، واللواتي لم يعتمدن عليها من الإناث السعوديات جاء بتكرار (٢٦) بنسبة (١٧٪) وأسباب عدم اعتماد الذكور والإناث السعوديين تفاوتت ، فجاء سبب عدم الإشارة إلى أي سبب لدى الذكور السعوديين بتكرار (٨) بنسبة (٣٣,٥٪) ؛ في حين جاء لدى الإناث السعوديات بتكرار (٣) بنسبة (٢٪) ، وهناك فرق وتباين واضح بينهما في النسبة يشير إلى أن فئة الذكور الذين لم يشيروا إلى أي سبب أكثر من فئة الإناث السعوديات ، وجاء سبب اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب لدى الذكور السعوديين بتكرار (٧) بنسبة (٦٦,٤٪) ؛ في حين جاء لدى الإناث السعوديات بتكرار (٤) بنسبة (٦٦,٢٪) ، وأيضاً هنا يوجد تفاوت بين فئتي الذكور والإناث السعوديين يشير إلى ارتفاع نسبة الذكور الذين يرون أن اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب من أسباب عدم اعتمادهم على الفتاوى والأحكام الفقهية

(١) انظر جداول أرقام (٨٢) ص ٢٧٢ ، (٨٨) ص ٢٧٨ .

في البرامج الدينية ، وجاء سبب معرفة المشاهد بالأحكام والفتاوى التي يحتاجها لدى الذكور السعوديين بتكرار (٤) بنسبة (٢,٦٦٪) ؛ في حين جاء لدى الإناث السعوديات بتكرار (١٦) بنسبة (١٠,٦٦٪) ، وهذا التباين بينهما يشير إلى أن الذكور السعوديين أكثر معرفة بالأحكام والفتاوى التي يحتاجها من الإناث السعوديات . وجاء سبب عدم الثقة في العلماء والمفكرين الضيوف في البرامج الدينية لدى الذكور السعوديين بتكرار (١١) بنسبة (٧,٣٣٪) ؛ في حين جاء لدى الإناث السعوديات بتكرار (٣) بنسبة (٢٪) ، وهذا التباين بينهما يشير إلى أن الذكور السعوديين يثقون أكثر في العلماء والمفكرين الضيوف في البرامج الدينية من الإناث السعوديات .

والملاحظ إجمالاً أن نسبة الذين لايعتمدون على الفتاوى في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية من الذكور والإناث السعوديين تتجاوز (٢٠٪) من أفراد العينة ؛ وهذا يشير إلى أن فئة قليلة هي التي لاتعتمد عليها ، ويشير أيضًا إلى قبول فئة كبيرة من السعوديين عينة الدراسة لتلك الفتاوى والأحكام الفقهية المطروحة في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

(ب) أسباب اعتماد الجمهور السعودي – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في القنوات الفضائية العربية[١] :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن الذين يعتمدون على الفتاوى والأحكام الفقهية في القنوات الفضائية العربية من الذكور السعوديين جاء بتكرار (١٢٠) بنسبة (٨٠٪) ، واللواتي يعتمدن عليها من الإناث السعوديات جاء بتكرار (١٢٤) بنسبة (٨٣٪) ، وهذه الأسباب قد تفاوتت بينهما ، فجاء سبب عدم ذكر سبب لدى الذكور السعوديين بتكرار (٣٢) بنسبة

---

(١) انظر جداول أرقام (٨٣) ص٢٧٣ ، (٨٩) ص ٢٧٩ .

(٢١,٢٣٪) ؛ في حين جاء لدى الإناث السعوديات بتكرار (٤٥) بنسبة (٣٠٪) ، وهذا التباين يشير إلى الإناث السعوديات اللواتي لم يشرن إلى ذكر سبب نسبتهن أكثر من الذكور السعوديين ، وجاء سبب عدم معرفتهم ببعض الأمور الدينية والفقهية لدى الذكور السعوديين بتكرار (٣٩) بنسبة (٢٦٪) ؛ في حين جاء لدى الإناث السعوديات بتكرار (٣٥) بنسبة (٢٣,٣٣٪) ، وهذا يشير إلى تفاوت يسير بينهما في عدم معرفتهم ببعض الأمور الفقهية ، وجاء سبب استضافة البرامج الدينية لعلماء على مستوى عال لدى الذكور السعوديين بتكرار (٣٣) بنسبة (٢٢٪) ؛ في حين جاء لدى الإناث السعوديات بتكرار (٢٧) بنسبة (١٨٪) ، وهذا التفاوت يشير إلى أن الذكور السعوديين يرون أكثر من الإناث السعوديات أن البرامج الدينية تقدم ضيوفًا علماء على مستوى عال ، وجاء سبب أن لديهم اطلاعًا واسعًا على أحكام الشريعة الإسلامية لدى الذكور السعوديين بتكرار (١٦) بنسبة (١٠,٦٦٪) ؛ في حين جاء لدى الإناث السعوديات بتكرار (٣٧) بنسبة (٢٤,٦٦٪) ، وهذا التفاوت يشير إلى أن الإناث السعوديات لديهن اطلاع واسع على أحكام الشريعة أكثر من الذكور السعوديين .

(٣) ترتيب أنواع البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور السعودي – عينة الدراسة[(١)] :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن برامج الفقه والفتاوى المشاهدة لدى الإناث السعوديات جاءت في المرتبة الأولى من بين أنواع البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية ؛ في حين جاءت في المرتبة الثالثة لدى الذكور السعوديين ، وهذا يشير إلى مدى حاجة الإناث السعوديات إلى زيادة الثقافة الشرعية لهن .. لذا كانت من بين أوليات المشاهدة لديهن .

أما بالنسبة للبرامج الثقافية فقد جاءت بالمرتبة الأولى لدى الذكور

(١) انظر جداول أرقام (٨٤) ص ٢٧٤ ، (٩٠) ص ٢٨٠ .

السعوديين ؛ في حين جاءت لدى الإناث السعوديات في المرتبة الثالثة ، وهذا تفاوت واضح بينهما ، إلا أن الذكور السعوديين يهتمون أكثر بالبرامج الثقافية الدينية من الإناث السعوديات ، وهذا الترتيب يعد منطقيًا لدى الإناث السعوديات وغير منطقي لدى الذكور السعوديين إذ إن هناك أنواعًا من البرامج مثل : برامج السنة النبوية وغيرها يجب أن تكون أولى بالاهتمام ، وجاءت برامج تعليم القرآن الكريم في المرتبة الخامسة لدى الذكور والإناث السعوديين ، وكان الأولى أن يكون الاهتمام بمثل هذه البرامج في مرتبة متقدمة ؛ إذ إن القرآن الكريم وعلومه هو أول مصدر تشريع وأصل العلم الديني ، ولكن قد يعوض ذلك الشريط الإسلامي .

وجاءت البرامج التربوية والاجتماعية لدى الذكور السعوديين في المرتبة الثانية وهذا أمر طبيعي ، وتفاوتت عند الإناث السعوديات فجاءت في المرتبة الثانية ، ويمكن أن يفسر ذلك في ضوء أن المرأة مهمتها ربة أسرة وتهتم بالجوانب التربوية والاجتماعية أكثر من الرجل ، لهذا كان الاهتمام بمثل هذا النوع من البرامج متقدمًا عن غيره من الأنواع الأخرى ، أما بالنسبة لبرامج تفسير السنة النبوية المطهرة فهناك توافق في ترتيبها لدى الذكور والإناث السعوديين ، فقد جاءت في المرتبة الرابعة ، وهذا أمر مستغرب فكان لابد أن تأتي في المراتب المتقدمة ، إلا أن تأخر الاهتمام بها ربما يرجع إلى طبيعة هذا النوع من البرامج الذي يأخذ شكل الحديث غالبًا وهذا شكل تقليدي تعوَّد عليه المشاهد .

وبالرغم من تفاوت درجة التفضيل في أنواع البرامج الدينية بين الذكور والإناث السعوديات ، إلا أن الترتيب المنطقي تقريبًا لابد أن تكون برامج تعليم القرآن وتفسيره أولاً ، ثم تفسير السنة ، ثم الفقه والفتاوى ، ثم الجوانب التربوية والاجتماعية ، ثم الثقافية .

(٤) ترتيب موضوعات البرامج الدينية المفضلة في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور السعودي – عينة الدراسة [١] :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن موضوعات الآداب والأخلاق جاءت في المرتبة الأولى لدى الذكور والإناث السعوديين وهذا أمر طبيعي ، أما الموضوعات التعبدية فقد جاءت لدى الذكور السعوديين في المرتبة الثانية ؛ في حين جاءت الموضوعات التعبدية لدى الإناث السعوديات في المرتبة الرابعة ، وهذا تفاوت واضح بينهما ، وجاءت موضوعات المعاملات والحدود في المرتبة السابعة لدى الذكور السعوديين ؛ في حين جاءت في المرتبة الثالثة لدى الإناث السعوديات ، وهذا تباين في درجة التفضيل لدى أفراد العينة من الذكور والإناث السعوديين ، وجاءت الموضوعات الدعوية والإرشادية في المرتبة السادسة لدى الإناث السعوديات ؛ في حين جاءت في المرتبة الخامسة لدى الذكور السعوديين ؛ وهذا يشير إلى تفاوت يسير في درجة التفضيل عند الذكور والإناث السعوديين – عينة الدراسة ، أما الموضوعات الفكرية فقد جاءت في المرتبة الثانية لدى الذكور السعوديين، وجاءت في المرتبة السابعة لدى الإناث السعوديات ، وهذا يشير إلى تفاوت واضح في درجة التفضيل بينهما مما يعني اهتماماً أكبر للذكور بقضايا الأمة الفكرية ، أما الموضوعات الثقافية فجاءت في المرتبة الثالثة لدى الذكور السعوديين ، أما الإناث السعوديات فجاءت في المرتبة الرابعة وهناك تفاوت يسير بينهما في درجة التفضيل .

والملاحظ على نتائج الموضوعات المفضلة لدى الذكور والإناث السعوديين –عينة الدراسة– إلى أن هناك تفاوتاً بينهما في درجة التفضيل ؛ إلا أن الترتيب المنطقي يجب أن يكون أولاً للموضوعات العقدية ، ثم الموضوعات التعبدية ، ثم المعاملات والحدود ، ثم الآداب والأخلاق والقيم ، ثم الجوانب

---

(١) انظر جداول أرقام (٨٥) ص ٢٧٥ ، (٩١) ص ٢٨١ .

الدعوية والإرشادية ، ثم الثقافية ، ثم الفكرية .. وهذا الترتيب يمكن أن يكون منطقيًا إلى حد ما .

ثانيًا : إشباعات الجمهور العربي – عينة الدراسة :

(١) الحاجات المتحققة للجمهور العربي – عينة الدراسة – من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن الحاجات المتحققة (دائمًا) لدى الذكور العرب [١] بلغت تكرار (٢٦) بنسبة (١٧,٣٪) ، وعند الإناث العربيات بلغت (٨) بنسبة (٥٪) ، وهذا يشير إلى تفاوت واضح في مدى الحاجات المتحققة (دائمًا) من البرامج الدينية بين الذكور والإناث العرب – عينة الدراسة . وجاءت الحاجات المتحققة (أحيانًا) لدى الذكور العرب بتكرار (٨٤) بنسبة (٥٦٪) ؛ في حين جاءت لدى الإناث العربيات بتكرار (١١٤) بنسبة (٧٦٪) ، وهذا يشير إلى تفاوت واضح حيث كانت نسبة الإناث العربيات من الحاجات المتحققة في البرامج الدينية عالية فاقت نسبة الذكور ، إضافة إلى ذلك أن الذكور والإناث العرب كانت حاجاتهم المتحققة من البرامج الدينية (أحيانًا) عالية مثلت أكثر من نصف أفراد العينة ، وهذا يدل على مدى تلبية البرامج الدينية لحاجات الجمهور العرب – عينة الدراسة ، أما بالنسبة للحاجات المتحققة (نادرًا) فقد جاء بتكرار (٢٨) بنسبة (١٨٪) لدى الذكور العرب ؛ في حين جاءت بتكرار (١٢) بنسبة (٨٪) لدى الإناث العربيات ، وهذا يشير إلى تفاوت النسبة بينهما ؛ إلا أنه أيضًا يدل على أن الحاجات المتحققة (نادرًا) من البرامج الدينية في مجملها قد سجلت نسبة ضئيلة لدى الذكور والإناث العرب –عينة الدراسة– وإن ارتفعت نسبتها لدى الذكور العرب ، أما فيما يتعلق بعدم تحقيق البرامج الدينية لأي حاجات لدى الذكور العرب فقد جاءت بتكرار

---

(١) انظر جداول أرقام (٩٢) ص٢٨٣، (٩٨) ص٢٨٩ .

(١٢) بنسبة (٨٪) ، وجاءت لدى الإناث العربيات بتكرار (١٦) بنسبة (١٠,٧٪) ؛ وهذا يشير الى تفاوت يسير بينهما إلا أنه أيضا يدل على أن البرامج الدينية التي لم تحقق شيئًا من حاجات الذكور والإناث العرب كانت نسبتها ضئيلة جداً . والملاحظ على ما سبق أن البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية قد لبت حاجات معظم أفراد العينة من الذكور والإناث العرب ، وهذا يشير إلى مدى الإشباع الذي حققته تلك البرامج للجمهور العربي – عينة الدراسة .

(٢) مدى اعتماد الجمهور العربي – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية التي تطرح في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية[١] :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن اعتماد الذكور العرب (دائمًا) على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية بلغ تكراره (٢٦) بنسبة (١٧,٣٪) ؛ في حين جاء لدى الإناث العربيات بتكرار (٦) بنسبة (٤٪) ، وهذا يشير إلى تفاوت بينهما من حيث الاعتماد حيث انخفضت نسبة الاعتماد لدى الإناث العربيات ، وجاء الاعتماد على الفتاوى لدى الذكور العرب (أحيانًا) بتكرار (٨٨) بنسبة (٥٨,٧٪) ؛ في حين جاء لدى الإناث العربيات بتكرار (٧٨) بنسبة (٥٢٪) ، وعلى الرغم من التفاوت اليسير بينهما إلا أنه يدل على ارتفاع نسبة اعتماد الذكور والإناث العرب –عينة الدراسة– على الفتاوى (أحيانًا) ، ومثلت أكثر من نصف العينة ، وجاء اعتماد الذكور العرب (نادرًا) على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية بتكرار (١٢) بنسبة (٨٪) ؛ في حين جاء اعتماد الإناث العربيات (نادرًا) بتكرار (٤٠) بنسبة (٢٦,٧٪) ، وهذا يشير إلى تفاوت بينهما في نسبة الاعتماد (نادرًا) على الفتاوى والأحكام الفقهية ، أما الذين لايعتمدون على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية من الذكور العرب فجاء بتكرار (٢٤)

---

(١) انظر جداول أرقام (٩٢) ص ٢٨٤ ، (٩٩) ص ٢٩٠ .

بنسبة (١٦٪) ، أما الإناث العربيات فقد جاء عدم اعتمادهن عليها بتكرار (٢٦) بنسبة (١٧,٣٪) ، وعلى الرغم من ذلك فإن الفارق يسير بين الذكور والإناث العرب في نسبة عدم الاعتماد ، إلا أنه يشير إلى أن نسبة عدم الاعتماد على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية كانت ضئيلة إذ مثلت في مجملها تقريبًا (١٦٪) ؛ في حين كان الاعتماد عليها أكثر من (٨٠٪) تقريبًا ، وهذا يشير إلى مدى الإشباع الذي تحققه البرامج الدينية للذكور والإناث العرب – عينة الدراسة .

(أ) أسباب عدم اعتماد الجمهور العربي – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

أشارت نتائج الدراسة [(١)] إلى أن عدم الإشارة إلى أي سبب من أسباب عدم اعتماد الذكور على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية جاء بتكرار (٥) بنسبة (٣,٣٣٪) ، ولدى الإناث العربيات جاء بتكرار (٦) بنسبة (٤٪) ، وهذا يوضح الى أن نسبة عدم اعتمادهن كانت ضئيلة جداً وليس هناك تفاوت كبير بينهما ، أما سبب اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب فقد جاء لدى الذكور العرب بتكرار (٦) بنسبة (٤٪) ،

أما الإناث العربيات فقد جاء بتكرار (٢) بنسبة (١,٣٪) ، وهذا يشير إلى تفاوت يسير بينهما في عدم اعتمادهم على الفتاوى ؛ إلا أنه يدل أيضًا على أن نسبة عدم اعتمادهم على الفتاوى والأحكام الفقهية ضئيلة جدًا ، وجاء سبب معرفة الذكور العرب بالأحكام والفتاوى التي يحتاجونها بتكرار (١١) بنسبة (٧,٣٣٪) ، وجاء لدى الإناث العربيات بتكرار (١٢) بنسبة (٨٪) ؛ ويشير ذلك إلى عدم وجود تفاوت بينهما وكذلك نسبتهما

(١) انظر جداول أرقام : (٩٤) ص٢٨٥ ، (١٠٠) ص ٢٩١ .

جاءت ضئيلة ، وجاء سبب أن الذكور العرب لايثقون في العلماء والمفكرين الضيوف في البرامج الدينية بتكرار (٢) بنسبة (١,٣٣٪) ، وجاء لدى الإناث العربيات بتكرار (٦) بنسبة (٤٪) ، ويلاحظ هنا تفاوت يسير بينهما إلا أنه يدل أيضاً على أن مجمل أسباب عدم اعتماد الذكور والإناث العرب على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية جاءت بنسبة ضئيلة مثلت (١٧,٣٪) بتكرار (٢٦) مفردة لدى الإناث العربيات ، ومثلت نسبة (١٦٪) بتكرار (٢٤) مفردة لدى الذكور العرب ، مما يشير إلى أن هناك نسبة كبيرة من الذكور والإناث العرب يعتمدون على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية .

(ب) أسباب اعتماد الجمهور العربي – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية (١) :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن عدم الإشارة إلى أي سبب من أسباب اعتماد الذكور العرب على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية جاء بتكرار (٣٧) بنسبة (٢٤,٦٪) ، وجاء لدى الإناث العربيات بتكرار (٣٦) بنسبة (٢٤٪) ، وهذا يوضح عدم وجود تفاوت بينهما ويدل على أن هناك نسبة كبيرة من أفراد العينة من الذكور والإناث العرب لم يذكروا سبباً لاعتمادهم على الفتاوى والأحكام المطروحة في البرامج الدينية ، وجاء سبب عدم معرفتهم ببعض الأمور الدينية والفقهية لدى الذكور العرب بتكرار (٤٢) بنسبة (٢٨٪) ؛ في حين جاء لدى الإناث العربيات بتكرار (٥٢) بنسبة (٣٤,٦٪) وهذا يدل على تفاوت في نسبة اعتمادهم على هذا السبب ، ويشير أيضاً إلى أن نسبة كبيرة منهم بحاجة إلى المعرفة الدينية ولديهم نقص واضح في هذا الجانب ، وجاء سبب استضافة

(١) انظر جداول أرقام (١٩٥) ص ٢٨٦ ، (١٠١) ص ٢٩٢ .

البرامج الدينية لعلماء على مستوى عال لدى الذكور العرب بتكرار (٣٣) بنسبة (٢٢٪) ، وجاء لدى الإناث العربيات بتكرار (٢٨) بنسبة (١٨,٦٪) ، وهناك تفاوت يسير بينهما في الإشارة إلى هذا السبب ؛ إلا أنه يدل أيضًا على أن نسبة لابأس بها من أفراد العينة لدى الذكور والإناث العرب يشيدون باستضافة البرامج الدينية لمثل هؤلاء العلماء الأفاضل ، وأن هذا الأمر كان سببًا في الإقبال والاعتماد على الفتاوى والأحكام الفقهية فيها ، وجاء سبب أن الذكور العرب لديهم اطلاع واسع على أحكام الشريعة الإسلامية بتكرار (١٤) بنسبة (٩,٣٣٪) ، وجاء لدى الإناث العربيات بتكرار (٨) بنسبة (٥,٣٪) ، وهذا يشير إلى تفاوت يسير بينهما في الإشارة إلى هذا السبب ، إلا أنه يدل على أن ثقافة الذكور العرب الدينية أعلى نسبيًا من الإناث العربيات ، ويلاحظ على مجمل أسباب اعتماد الذكور والإناث العرب على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية أن هناك نسبة كبيرة منهم مثلت (٨٤٪) من أفراد العينة ، مما يشير إلى مدى الاستفادة من تلك البرامج ومدى الإشباع الذي تحققه تلك البرامج لهم .

(٣) ترتيب أنواع البرامج الدينية المفضلة لدى الجمهور العربي – عينة الدراسة – في القنوات الفضائية العربية [١] :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن برامج الفقه والفتاوى جاءت في المرتبة الأولى لدى الذكور والإناث العرب، وهذا يوضح مدى اهتمامهم بمثل هذا النوع من البرامج ، كما يوضح مدى حاجتهم واستفادتهم من برامج الفقه والفتاوى خاصة بأن الفضائيات العربية أخذت أساليب أخرى في إخراج البرامج الدينية مثل : مقابلة على الهواء مباشرة ، أو المشاركة داخل الاستديو في ندوة على الهواء ، وجاء تعليم القرآن الكريم وتجويده

---

(١) انظر جداول أرقام (٩٦) ص (٢٨٧) ، (١٠٢) ص ٢٩٢ .

في المرتبة الرابعة لدى الإناث العربيات ، وهذا يشير إلى تفاوت في الاهتمام بهذا النوع من البرامج بين الإناث والذكور العرب ، وجاءت البرامج التربوية والاجتماعية في المرتبة الثالثة لدى الذكور العرب ؛ في حين جاءت في المرتبة الثالثة لدى الإناث العربيات ، وهذا يشير إلى تباين يسير بينهما ، وجاءت البرامج الثقافية في المرتبة الخامسة لدى الإناث والذكور العرب – عينة الدراسة –، وهذا يشير إلى أن هذا النوع من البرامج يلقى اهتماماً أقل من أنواع البرامج الدينية الأخرى .

ويلاحظ على نتائج الدراسة أن برامج الفقه والفتاوى جاءت في المرتبة الأولى لدى الإناث والذكور العرب ؛ وهذا يشير إلى مدى الإشباع الذي حققه هذا النوع من البرامج رغم إشباعات الأنواع الأخرى من البرامج .

(٤) ترتيب موضوعات البرامج الدينية المفضلة لدى الجمهور العربي– عينة الدراسة– في القنوات الفضائية العربية :

أشارت نتائج الدراسة(١) إلى أن موضوعات المعاملات والحدود جاءت في المرتبة الأولى في التفضيل لدى الذكور العرب ؛ في حين جاءت لدى الإناث العربيات في المرتبة الثالثة ، وجاءت الموضوعات التعبدية في المرتبة الثانية لدى الذكور العرب ؛ في حين جاءت لدى الإناث العربيات في المرتبة الأولى ، وهذا التفاوت في المرتبتين يشير إلى أن عدداً كبيراً من الذكور العرب يهتمون بالمعاملات والحدود أولاً ثم بالجوانب التعبدية ، أما الإناث العربيات فعدد كبير منهن يهتممن بالجانب التعبدي أولاً ثم بجانب المعاملات والحدود ، وجاءت الموضوعات الفكرية في المرتبة السادسة لدى الذكور والإناث العرب ، وجاءت موضوعات الآداب والأخلاق والقيم في المرتبة الثالثة لدى الذكور العرب ؛ في حين جاءت لدى الإناث العربيات في المرتبة الثانية ، وهذا التفاوت اليسير بينهما في المرتبة يشير أيضاً

(١) انظر جداول أرقام (٩٧) ص ٢٨٨ ، (١٠٣) ص ٢٩٤ .

إلى أن ترتيبهما يعد منطقيًا عند الذكور والإناث العرب ، وجاءت الموضوعات الثقافية في المرتبة السادسة لدى الذكور والإناث العرب ، أما الموضوعات الدعوية والإرشادية فقد جاءت في المرتبة الخامسة لدى الذكور والإناث العرب أيضاً .

ويلاحظ من نتائج الدراسة التفاوت في التفضيلات بين الذكور والإناث العرب للموضوعات الدينية ، وهذا يشير إلى رغبة كل من أفراد العينة التزود من المعرفة الدينية في موضوعات دون أخرى ، لذلك جاء التفضيل متباينًا بينهما .

المبحث الثالث

العلاقات الارتباطية للدراستين التحليلية والميدانية

المطلب الأول :

العلاقات الارتباطية للدراسة التحليلية .

المطلب الثاني :

العلاقات الارتباطية للدراسة الميدانية .

المطلب الأول : العلاقات الارتباطية للدراسة التحليلية (١) :

(١) العلاقـــة بين أنواع البرامـج الدينيـة وموضـوعاتها في القنوات الفضـائية العربية –عينة الدراسة .

جدول رقم (١٠٤)

الرقـم	القنوات الفضائية العربية	الدلالة	معامل الارتباط	مجموع البرامج
١	قناة الأردن الفضائية	٩٩,٠	–	٣٣
٢	قناة الشارقة الفضائية	٠,٠٠	٠,١٧٠٧	٢٩٤
٣	قناة الشرق الأوسط الفضائية	٠,٠١	٠,٢٩٥٨	٤١
٤	قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي	٠,٠٦	٠,١٥٩٦	١٤٠

يوضح الجـدول السـابق عـدم وجـود عـلاقـة بـين أنواع البـرامج الدينيـة فـي قناة الأردن الفضائية وموضوعاتها ، وأيضاً عدم وجود علاقة بين أنواع البرامج الدينية في قناة الشارقة الفضائية وموضوعاتها ، أما قناة الشرق الأوسط فهناك علاقة ايجابية ضعيفة عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين أنواع البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط وموضوعاتها ، فكلما زادت أنواع البرامج الدينية زاد معها كم الموضوعات المتناولة فيها ، وتشير الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين أنواع البرامج الدينية في قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي والموضوعات المتناولة في برامجها الدينية .

---

(١) استخدم الباحث معامل الارتباط « بيرسون » ، وقد التزم الباحث بمستوى الدلالة (٠,٠١) كحد أدنى على مايمكن قبوله .

(٢) العلاقة بين موضوعات البرامج الدينية والأفكار المثارة في موضوعاتها في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

جدول رقم (١٠٥)

الرقم	القنوات الفضائية العربية	الدلالة	معامل الارتباط	مجموع البرامج
١	قناة الأردن الفضائية	٩٩,٠	–	٣٣
٢	قناة الشارقة الفضائية	٠,٠٠	٠,٤٩٧٧	٢٩٤
٣	قناة الشرق الأوسط الفضائية	٠,٠٠	٠,٦١٤٤	٤١
٤	قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي	٠,٩٥	-٠,٠٠٥٤	١٤٠

يشير الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة – والأفكار المثارة في موضوعاتها .

(٣) علاقة أنواع البرامج الدينية بالأهداف في القنوات الفضائية العربية –عينة الدراسة .

جدول رقم (١٠٦)

الرقم	القنوات الفضائية العربية	الدلالة	معامل الارتباط	مجموع البرامج
١	قناة الأردن الفضائية	٠,٤٥	-٠,١٣٣٦	٣٣
٢	قناة الشارقة الفضائية	٠,٠١	٠,١٣٩٥	٢٩٤
٣	قناة الشرق الأوسط الفضائية	٠,٠١	٠,٣٨٤٠	٤١
٤	قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي	٠,٠٦	٠,١٥٩٦	١٤٠

يوضح الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية بين أنواع البرامج الدينية في قناتي : الأردن والمنوعات الفضائيتين ، وهناك علاقة إيجابية ضعيفة بين أنواع البرامج الدينية والأهداف عند مستوى دلالة (٠,٠١) في قناة الشارقة الفضائية ، فكلما زادت أنواع البرامج زادت معها الأهداف ، كما توجد علاقة ارتباطية إيجابية أقوى بين أنواع البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط والأهداف ، فكلما زادت أنواع البرامج زادت معها الأهداف الخاصة بالبرامج الدينية .

(٤) علاقة أشكال البرامج الدينية بموضوعاتها في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

جدول رقم (١٠٧)

الرقم	القنوات الفضائية العربية	الدلالة	معامل الارتباط	مجموع البرامج
١	قناة الأردن الفضائية	٠,٠٠	١,٠	٣٣
٢	قناة الشارقة الفضائية	٠,٠٠	٠,٢٠٣٠	٢٩٤
٣	قناة الشرق الأوسط الفضائية	٠,٠٠	٠,٥٣٢٧	٤١
٤	قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي	٠,٦٦	٠,٠٣٧٥	١٤٠

أشار الجدول السابق إلى عدم وجود علاقات ارتباطية بين أشكال البرامج الدينية وموضوعاتها في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

(٥) العلاقة بين أشكال البرامج الدينية وأنواعها في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

جدول رقم (١٠٨)

الرقم	القنوات الفضائية العربية	الدلالة	معامل الارتباط	مجموع البرامج
١	قناة الأردن الفضائية	٠,٠٠	٠,٥٤٨٨	٣٣
٢	قناة الشارقة الفضائية	٠,٠٠	٠,٠٢٥٦٠-	٢٩٤
٣	قناة الشرق الأوسط الفضائية	٠,١٣	٠,٢٣٧٩	٤١
٤	قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي	٠,٢٤	٠,١٠٠٠	١٤٠

أشارت الدراسة من الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين أشكال البرامج الدينية وأنواع برامجها في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

(٦) العلاقة بين أشكال البرامج الدينية والمواد المصاحبة لها في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

جدول رقم (١٠٩)

الرقم	القنوات الفضائية العربية	الدلالة	معامل الارتباط	مجموع البرامج
١	قناة الأردن الفضائية	٠,٧٤	-٠,٠٥٨٩	٣٣
٢	قناة الشارقة الفضائية	٠,٠٠	-٠,٢٢١٢	٢٩٤
٣	قناة الشرق الأوسط الفضائية	٠,٠٠	٠,٦٥١٩	٤١
٤	قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي	٠,٠٠	-٠,٣٨٤١	١٤٠

يوضح الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين أشكال البرامج الدينية والمواد المصاحبة لها في القنوات الفضائية العربية – عينة الدراسة .

المطلب الثاني : العلاقات الارتباطية للدراسة الميدانية :[١]

أولاً : العلاقة بين حجم الاستخدام والسمات العامة للجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة .

(أ) العلاقة بين الوقت الذي يمضيه الجمهور السعودي والعربي المشاهد للفضائيات العربية والسمات العامة له .

جدول رقم (١١٠)

م	السمات العامة للجمهور السعودي والعربي	الذكور السعوديون		الإناث السعوديات		الذكور العرب		الإناث العربيات	
		الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط
١	العمر أو السن	٠,٢١	–,٠٦٤١	٠,٠٠	–,٢٠٢٢	٠,٠١	٠,١٨٢٤	٠,١٠	–,١٠٢٠
٢	الحالة الاقتصادية	٠,٣٧	,٠٢٦٢	٠,١٩	,٠٦٩٦	٠,٤٠	–,٢٠٠٠	٠,٠٠	–,٢٠٠٩
٣	الحالة الاجتماعية	٠,٠١	٠,١٨٧٦	٠,٠١	,١٧٩١	٠,١٨	٠,٠٧٤٢	٠,٠٠	٠,١٩٢٦
٤	الحالة التعليمية	٠,٤٦	٠,٠٠٧٣	٠,٠١	,١٧٢٨	,٠٤	,١٤٣٣	٠,٠٠	٠,٣٠٩٠
٥	المهنة أو العمل	٠,٠١	٠,١٦١٢	٠,٠٠	–,٢١٦٣	,٠٨	٠,١١٥٢	٠,٠١	٠,١٣٩١

أشار الجدول السابق إلى عدم وجود علاقات ارتباطية بين العمر أو السن لدى الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – وحجم استخدام القنوات الفضائية العربية ، وعدم وجود علاقات ارتباطية أيضاً بين الحالتين : الاقتصادية والاجتماعية للجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – وبين القنوات الفضائية العربية ، كما أشار الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين الحالة التعليمية لدى الذكور العرب فقط – عينة الدراسة – وحجم استخدامهم للقنوات الفضائية العربية عند مستوى (٠,٠٤) ، فكلما زاد المستوى التعليمي عند الذكور العرب زاد معه مشاهدة القنوات الفضائية العربية ، كما لاتوجد علاقة بين المهنة والعمل للجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – وحجم استخدامهم للقنوات الفضائية العربية .

(١) استخدم الباحث معامل الارتباط « سبيرمان » ، وقد التزم الباحث بمستوى الدلالة (٠,٠٥) كحد أدنى للدلالة على مايمكن قبوله .

(ب) العلاقة بين الوقت الذي يمضيه الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – في مشاهدة البرامج الدينية في اليوم الواحد والسمات العامة له .

جدول رقم (١١١)

م	السمات العامة للجمهور السعودي والعربي	الذكور السعوديون		الإناث السعوديات		الذكور العرب		الإناث العربيات	
		الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط
١	العمر أو السن	٠,٠٠٢	٠,١٦٣١	٠,٢٣	,٠٦٠٧	٠,٢٣	-,٠٦١٠	٠,٠٠٥	-,١٣١٩
٢	الحالة الاقتصادية	٠,٠٠٥	٠,١٣٣٦	٠,١٤	-,٠٨٥٦	٠,١٦	-,٠٧٩١	٠,٢٠	,٠٦٦٧
٣	الحالة الاجتماعية	٠,٤٢	٠,٠١٥٩	٠,٠٠	-,٠٦٦٤	٠,٢١	-,١٩٩٩	٠,٠٠	,٠٦٦٤
٤	الحالة التعليمية	٠,٠٠٤	-,١٣٧٩	٠,٤٠	,٠١٩١	٠,١٥	,٠٨٣٣	٠,٠٠	,٢٤٢٧
٥	المهنة أو العمل	٠,٢٧	-,٠٤٩١	٠,٣٩	,٠٢١٤	٠,٠٠١	,١٧٢٨	٠,١٥	-,٠٨٢٤

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة إيجابية ضعيفة بين الفئات العمرية لدى الذكور السعوديين – عينة الدراسة – ووقت مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عند مستوى دلالة (٠,٠٢) فكلما زاد العمر عند الذكور السعوديين زاد معه الوقت المستغرق في مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية ، كما توجد علاقة قوية إيجابية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) بين الفئات العمرية للإناث العربيات ووقت مشاهدة البرامج الدينية ، فكلما زاد العمر لديهن زاد معه وقت مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، وهناك علاقة ارتباطية إيجابية قوية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) بين فئات الحالة الاقتصادية للذكور السعوديين ووقت مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فكلما زاد الدخل عند الذكور السعوديين – عينة الدراسة – زاد معه وقت مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية قوية نوعاً ما سلبية الاتجاه عند المستوى (٠,٠٤) بين فئات الحالة التعليمية للذكور السعوديين – عينة الدراسة – ووقت مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فكلما قل المستوى التعليمي عند الذكور السعوديين زاد معه الوقت

المستغرق في مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، أما بالنسبة للحالتين : الاجتماعية والمهنية للجمهور السعودي والعربي فليس هناك علاقات ارتباطية بين تلك الفئات ووقت مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

ثانياً : العلاقة بين حجم استخدام الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – وطبيعة محتوى البرامج الدينية .

(أ) علاقة الوقت المستغرق في مشاهدة البرامج الدينية عند الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – وأنواع البرامج الدينية .

جدول رقم (١١٢)

الرقم	أنواع البرامج الدينية	الذكور السعوديون		الإناث السعوديات		الذكور العرب		الإناث العربيات	
		الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط
١	تعليم القرآن الكريم	٠,١٠	٠,١٠١٦	٠,٣٥	٠,٠٣١٧	٠,٠١	–,١٧٩٤	٠,٢٠	–,٠٦٧٥
٢	تفسير السنة النبوية	٠,٠٥	٠,١٣٣٠	٠,٤٣	٠,٠١٤٢	٠,٣١	–,٠٤٠٤	٠,٠٠	–,٢٢١٩
٣	برامج الفقه والفتاوى	٠,١٥	٠,٠٨٣٢	٠,٠٢	٠,١٥٨٣	٠,٣٩	٠,٠٢٢٣	٠,١٢	٠,٠٩٥٤
٤	البرامج التربوية والاجتماعية	٠,٠٧	٠,١٢١٠	٠,٠٠	٠,٢٨٤٥	٠,٢٥	٠,٠٥٣٨	٠,١٥	٠,٠٨٤٠
٥	البرامج الثقافية	٠,٠٨	٠,١١٩٩	٠,٠٠	٠,٢٣٧٩	٠,٣١	–,٠٣٩٥	٠,١٦	–,٠٨٤٠

يشير الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين برامج تعليم القرآن الكريم ، والوقت المستغرق في مشاهدة البرامج الدينية للجمهور السعودي والعربي ، وهناك علاقة إيجابية قوية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) بين برامج تفسير السنة النبوية ووقت مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عند الذكور السعوديين فقط ، فكلما زادت برامج تفسير السنة التي تعد من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية زاد معه وقت مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، ويشير الجدول أيضاً إلى عدم وجود علاقات ارتباطية بين أنواع البرامج الدينية الأخرى في الجدول السابق ووقت مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور السعودي والعربي .

(ب) العلاقة بين الوقت المستغرق في مشاهدة البرامج الدينية عند الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – وموضوعات البرامج الدينية .

جدول رقم (١١٣)

م	موضوعات البرامج الدينية	الذكور السعوديون		الإناث السعوديات		الذكور العرب		الإناث العربيات	
		الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط
١	موضوعات عقدية	٠,٠٣	٠,١٤٤٥	٠,٢٨	٠,٠٤٧١	٠,٠٣	–,١٥٢٧	٠,٠١	–,١٧٦٣
٢	موضوعات تعبدية	٠,٠٠	٠,٢٠٦١	٠,٠٦	٠,١٢٥٥	٠,١٤	–,٠٨٧٧	٠,٠٣	–,١٤٧٠
٣	« معاملات وحدود	٠,٠٠	٠,٣٦٣٢	٠,٠١	٠,١٨١٨	٠,٠٢	–,١٦٠٣	٠,٠٠	–,٢١٦٧
٤	« آداب وأخلاق	٠,٠٠	٠,٢٨٢٥	٠,٠١	٠,١٧٥٤	٠,٠٧	–,١١٨٦	٠,٠٩	–,١٠٩٨
٥	« دعوية وإرشادية	٠,٠٥	٠,١٣١١	٠,٠١	٠,١٨١٤	٠,٢٠	–,٠٦٨٦	٠,٤٤	٠,٠١١٧
٦	موضوعات فكرية	٠,٠١	٠,١٧٢٢	٠,٠٦	٠,١٢٥١	٠,٤٧	٠,٠٠٤٦	٠,٣٠	٠,٠٤٣٢
٧	موضوعات ثقافية	٠,٠٣	٠,١٥٠٢	٠,٠٠	٠,٢٠٣٩	٠,١٥	٠,٠٨٢٠	٠,٤٦	٠,٠٠٧٩

يوضح الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية ضعيفة عند مستوى (٠,٠٣) بين الوقت المستغرق في مشاهدة الذكور السعوديين للبرامج الدينية والموضوعات العقدية في البرامج الدينية ، فكلما زاد تناول الموضوعات العقدية في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية زاد معه وقت التعرض للمشاهدة لتلك البرامج لدى الذكور السعوديين فقط ، كما أشار الجدول إلى وجود علاقة سلبية ضعيفة عند المستوى (٠,٠٣) بين وقت مشاهدة الذكور العرب والموضوعات العقدية في البرامج الدينية ، فكلما زاد تناول الموضوعات العقدية في البرامج الدينية قل معه وقت التعرض لمشاهدة البرامج الدينية ، كما توجد علاقة سلبية ضعيفة عند المستوى (٠,٠٣) بين وقت مشاهدة الإناث العربيات للبرامج الدينية والموضوعات التعبدية ، فكلما زاد تناول الموضوعات التعبدية في البرامج الدينية قل معه وقت التعرض للمشاهدة ، أما بالنسبة لموضوعات : المعاملات والحدود والآداب والأخلاق والموضوعات الفكرية ، فليس هناك علاقة ارتباطية بين تلك الموضوعات ووقت مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية لدى الجمهور السعودي والعربي ،

كما أشار الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية ضعيفة لدى الذكور السعوديين فقط عند مستوى الدلالة (٠,٠٣) بين الموضوعات الثقافية ووقت مشاهدة البرامج الدينية ، فكلما زاد تناول الموضوعات الثقافية في البرامج الدينية زاد معه الوقت المستغرق في مشاهدة البرامج الدينية لدى الذكور السعوديين .

ثالثاً : العلاقـــة بين مســتوى الإشـباع والسمات العامة للجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة .

جدول رقم (١١٤)

م	السمات العامة للجمهور السعودي والعربي	الذكور السعوديون		الإناث السعوديات		الذكور العرب		الإناث العربيات	
		الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط
١	العمر أو السن	٠,٣٧	–,٠٢٦٩	٠,٢٤	–,٠٥٦٨	٠,٠٩	–,١١٠٠	٠,٣٥	–,٠٣٠٩
٢	الحالة الاقتصادية	٠,٤٧	–,٠٠٥٠	٠,١	,١٨٥٥	٠,٠٨	٠,١١١٠	٠,١٥	–,٠٨٥٠
٣	الحالة الاجتماعية	٠,٠١	–,١٨٥٥	٠,٠٠	–,١٩٤٥	٠,٠٠	–,٠٥٤٣	٠,٠٠	٠,٢٤٥٠
٤	الحالة التعليمية	٠,٢٢	–,٠٦٢٨	٠,٢٢	–,٠٦٢٨	٠,٠١	–,١٧٢٠	٠,٠٦	٠,١٢٦٠
٥	المهنة أو العمل	٠,٤٨	–,٠٠٣٢	٠,٤٧	–,٠٠٥٦	٠,٣٤	–,٠٣٢٠	٠,١٨	٠,٠٧٤٨

أشار الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية عند المستوى (٠,٠٥) بين مستوى الإشباع والسمات العامة للجمهور السعودي والعربي ، وذلك يفسر عدم وجود علاقة بين مدى اعتماد الجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية والسمات العامة له .

رابعاً : العلاقة بين الحاجات والسمات العامة للجمهور السعودي والعربي- عينة الدراسة .

جدول رقم (١١٩)

م	السمات العامة للجمهور السعودي والعربي	الذكور السعوديون		الإناث السعوديات		الذكور العرب		الإناث العربيات	
		الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط
١	العمر أو السن	٠,٠٧	–,١١٦٢	٠,٢٩	–,٠٤٤٤	٠,٠٤	–,١٣٩٣	٠,٠٣	٠,١٥٠٣
٢	الحالة الاقتصادية	٠,٢٥	٠,٠٥٥١	٠,٠٤	٠,١٣٩٢	٠,٢٧	–,٠٤٩٩	٠,٤٨	٠,٠٠٢٤
٣	الحالة الاجتماعية	٠,١٠	٠,١٠١٣	٠,٠٠	٠,٢٩٤٣	٠,٠٣	–,١٥٠٨	٠,٠١	٠,١٧٤٥
٤	الحالة التعليمية	٠,٣٠	٠,٠٤٦٩	٠,١٤	–,٠٨٨٧	٠,٠٣	–,١٤٦٠	٠,٢٠	–,٠٦٦٧
٥	المهنة أو العمل	٠,٢٠	–,٠٦٧٥	٠,٢٩	,٠٤٤١	٠,٤٠	–,٠٢٠٣	٠,٠٠	٠,٢١٤٠

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة سلبية عند مستوى الدلالة (٠,٠٤) بين الحاجات المتحققة للذكور العرب والفئات العمرية له ، فكلما زاد السن لدى الذكور العرب قلّ معه تحقيق حاجاتهم من البرامج الدينية ، وأيضاً هناك علاقة إيجابية ضعيفة عند مستوى الدلالة (٠,٠٣) بين الفئات العمرية للإناث العربيات والحاجات المتحققة لهن من البرامج الدينية ، فكلما زاد العمر أو السن زاد معه تحقيق حاجاتهن من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، وأشارت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية عند مستوى (٠,٠٤) بين فئات الحالة الاقتصادية لدى الإناث السعوديات والحاجات المتحققة لهن من البرامج الدينية ، فكلما زاد دخلهن زاد معه تحقيق حاجاتهن من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، كما أشارت الدراسة إلى عدم وجود علاقات ارتباطية بين فئات الحالات : الاجتماعية والتعليمية والمهنية والحاجات المتحققة للجمهور السعودي والعربي – عينة الدراسة – من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

الخـــاتمــة

تتضمن خاتمة الدراسة خلاصة البحث ، وأهم القضايا والنتائج التي توصلت إليها دراسة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، والآفاق المستقبلية للبحث من خلال النقاط الآتية :

(١) استعرض الباحث في الدراسة نشأة وتطور القنوات الفضائية العربية بصفة عامة ثم نشأة وتطور القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة كدراسة حالة وهي : (قناة الأردن الفضائية – قناة الشارقة الفضائية – قناة الشرق الأوسط الفضائية – قناة المنوعات بتلفزيون العرب الفضائي) ، ثم تناول الباحث برامج قنوات التلفزيون الفضائية العربية عينة الدراسة .

(٢) تحدثت الدراسة عن البرامج الدينية من خلال الآتي :

أ – أهمية البرامج الدينية وأغراضها ، وتناول البحث في هذا تعريف البرنامج الديني وتصنيفه بين أنواع البرامج والوظيفة التي تؤديها البرامج الدينية في الدعوة إلى الله ، وإمكانية استخدام هذه البرامج الدينية في التوجيه الديني .

ب – أهداف البرامج الدينية وفيها ذكرت الدراسة أهم الأهداف التي يمكن أن تحققها البرامج الدينية على مستوى الفرد والمجتمع ، والأهداف التي تسعى إليها البرامج الدينية لصياغة رسالة الإسلام ونشر الثقافة الإسلامية .

جـ– أنواع البرامج الدينية ، أو المضامين الدينية التي تقدم في الأشكال الفنية للبرامج وهذه الأنواع هي : (القرآن الكريم وتفسيره وتجويده – السنة النبوية – الفقه والفتاوى – التربوية والاجتماعية – العلمية والثقافية – السير والتاريخ والشخصيات) .

د – البرامج التوجيهية في التلفزيون وقد تحدث الباحث فيها عن التوجيه ومعناه اللغوي والاصطلاحي ، وعن التوجيه المباشر والتوجيه غير المباشر .

(٣) استعرضت الدراسة نظرية الاستخدامات والإشباع في الاتصال الجماهيري ، ومفهوم الإشباع لغة واصطلاحًا ، ثم تطرقت الدراسة إلى تطور بحوث الاستخدامات والإشباع ، والمدخل الوظيفي لوسائل الإعلام ، ومراحل تطبيق مفهوم الوظيفة في بحوث الإعلام ، والفروض الأساسية لبحوث الاستخدام والإشباعات ، والأصول الاجتماعية والنفسية للإشباعات ، والإشباعات المتحققة والمطلوبة ، ثم تحدثت الدراسة عن دوافع استخدام وسائل الاتصال الجماهيري وتناول فيها الباحث تعريف الدافع ، والدوافع الفطرية والدوافع المكتسبة .

(٤) أهم نتائج الدراسة التحليلية :

أسفرت نتائج دراسة تحليل محتوى البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة عن قسمين في الدراسة هما :

١- مضمون البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة وينقسم إلى الآتي :

أ - أنواع البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة .

أوضحت نتائجها إلى أن هناك نقصاً واضحاً في كم أنواع البرامج الدينية على خريطة البث اليومي للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة - عدا قناة الشارقة الفضائية - ، ولا تشير نتائج الدراسة إلى وجود توازن في توزيع أنواع البرامج الدينية على خريطة البث اليومي ، كما تركز بعض القنوات الفضائية العربية - عينة الدراسة- على نوع واحد مثل : (قناة الأردن الفضائية - وقناة الشرق الأوسط الفضائية) وهذا خلل واضح في طريقة التوزيع يشير إلى انعدام التخطيط البرامجي .

ب - موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية -عينة الدراسة- أشارت نتائجها إلى أن هناك نقصاً واضحاً في تناول الموضوعات في البرامج الدينية فالموضوعات العقدية والتعبدية ،

والمعاملات والحدود ، والآداب والأخلاق ، والدعوية والإرشادية ، والفكرية والثقافية جاءت غير متوازنة ، فهناك قنوات كانت فيها البرامج الدينية كثيرة إلا أن تناول الموضوعات في برامجها لم يكن متوازناً مثل : قناة الشارقة ، بينما هناك قنوات فضائية كانت البرامج الدينية فيها قليلة لكن الموضوعات الدينية فيها متوازنة إلى حد ما مثل : قناة الشرق الأوسط .

جـ- الأفكار الفرعية في موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية -عينة الدراسة - ، أشارت نتائجها إلى أن الأفكار العقدية المتناولة في موضوعات البرامج الدينية رغم أولويتها إلا أن نسبها قليلة في قنوات الدراسة ، والأمر الآخر أن بعض العقائد لم يكن لها ذكر في بعض قنوات الدراسة مثل : قناة الأردن الفضائية ، وقناة الشرق الأوسط الفضائية ، أما من حيث العبادات فقناة الأردن الفضائية خلت برامجها من موضوعات العبادة . وباقي قنوات الدراسة لم تتناول العبادات بشكل متوازن ، ويلاحظ على المعاملات والحدود لم يذكر عنهما شيء في قناة الأردن الفضائية وافتقدت إلى التوازن في بقية قنوات الدراسة ، والأخلاق والقيم والآداب كانت متوازنة في قناة الشارقة وافتقدت إلى التوازن في بقية قنوات الدراسة ، والأفكار الدعوية والإرشادية هي أكثر أفكار الموضوعات توازنًا إذ تقاربت نسبة الأمر بالمعروف مع النهي عن المنكر في كل قنوات الدراسة ، أما الجوانب الفكرية فلم يذكر شيء عنها في قناة الأردن الفضائية ، والفكر الاجتماعي أكثر اهتمامًا من الجوانب السياسية والاقتصادية في بقية قنوات الدراسة ، والأفكار العلمية والثقافية تنوعت في قناتي الشارقة الفضائية والمنوعات وافتقدت إلى التوازن في بقية قنوات الدراسة .

د - مصادر الاستشهاد المستخدمة في البرامج الدينية في القنوات

الفضائية العربية عينة الدراسة أشارت نتائجها إلى أن الاستشهاد بالقرآن الكريم أولاً جاء في قناتي الأردن والشارقة الفضائيتين ، بينما جاءت في المرتبة الثانية في قناتي الشرق الأوسط والمنوعات الفضائيتين ، وسجلت النتائج تفاوتاً في مراتب الاستشهادات الأخرى ويرى الباحث أن الاستشهاد يكون حسب الترتيب الآتي : بالقرآن الكريم أولاً ، ثم السنة النبوية ، ثم أقوال العلماء والفقهاء ، ثم بشواهد من التاريخ ، ثم بشواهد من الواقع ، ثم الرأي الشخصي .

هـ- أهداف موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة فقد أشارت نتائجها إلى أن هناك توازناً مقبولاً الى حد ما فجميع الأهداف التربوية والاجتماعية ، والتعليم والتثقيف ، والدعوية ، والإرشادية ، خاصة في قناتي:الشارقة والشرق الأوسط الفضائيتين .

و- اتجاهات البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة أشارت نتائجها إلى أن الاتجاهات الإيجابية في البرامج الدينية في قناتي الشارقة والشرق الأوسط مثلت نسبة (١٠٠٪) ، وقناة الأردن (٩٧٪) إيجابية ، (٣٪) سلبية ، وقناة المنوعات (٩٧,١٪) إيجابية ، (٢,١٪) سلبية .

٢- أشكال البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة أشارت الدراسة إلى أن أشكال البرامج الدينية في قناة الأردن الفضائية اقتصر على الحديث الديني والمقابلة فقط ، والمادة المصاحبة للبرنامج الديني لم يذكر سوى الفيلم التسجيلي والصور فقط ، المدة الزمنية اقتصرت على فئة من (١٥ - ٢٩ د.) ، ووقت إذاعة البرنامج الديني جاء في الفترة (٥ - ١٢) صباحًا بنسبة (٩٠,٩٪) ، وفيما يخص اللغة المستخدمة لوحظ أن فصحى التراث مثلت أعلى نسبة بلغت (٩٣,٩٪) .

وأشارت النتائج إلى أن قناة الشارقة الفضائية قد استخدم أغلب أشكال

البرامج بنسب متفاوتة ومتقاربة عدا الحديث الذي مثل أعلى نسبة بلغت (١٨٪) ، أما المواد المصاحبة للبرنامج الديني فقد استخدمت المواد المصاحبة كافه عدا (الدراما - والكاريكاتير - والخرائط) ، كما ركزت قناة الشارقة على فئة (٥ - ١٤ د.) وفئة (١٥-٢٩د) بالنسبة للمدة الزمنية للبرنامج الديني ، ومثلت فئة (٥-١٢) صباحًا أعلى نسبة في وقت إذاعة البرامج الدينية ، ثم فئة (٢-٥) صباحًا ، أما اللغة المستخدمة فمثلت فصحى التراث أعلى نسبة ، ثم الفصحى الميسرة ، كما أشارت النتائج إلى أن قناة الشرق الأوسط الفضائية لم تستخدم سوى شكل واحد فقط في برامجها الدينية وهو الحديث ، ولم توجد مواد مصاحبة للبرامج الدينية فيها ، كما أن فئة من (٥-١٤د.) مثلت أعلى نسبة بلغت (٦٨,٣٪) ، ثم فئة (١٥-٢٩د.) مثلت (٢٦٪) بالنسبة للمدة الزمنية للبرنامج الديني ، أما توقيت إذاعة البرنامج الديني فمثلت فئة (٥-١٢) صباحًا أعلى نسبة بلغت (٩٠,٢٪) ، واللغة المستخدمة مثلت فصحى التراث أعلى نسبة بلغت (٩٧,٦٪) .

وأشارت النتائج إلى أن الحديث كشكل في قناة المنوعات جاء بأعلى نسبة مثلت (٥٠,٧٪) ، وبقية الأشكال جاءت بنسب ضئيلة جدًا ، وبعض الأشكال لم يكن لها ذكر مثل : (الدراما - المجلة - المسابقة - الفيلم) ، وبالنسبة للمادة المصاحبة للبرنامج الديني استخدم الفيلم العلمي ، والفيلم التسجيلي ، والفيلم الدرامي فقط ، وأشارت النتائج إلى أن جميع فئات المدة الزمنية للبرنامج الديني قد جاءت بنسب متفاوته عدا فئة ساعة فأكثر ، ومثلت فئة (٥-١٢) صباحًا أعلى نسبة بلغت (٩٧,١٪) ، واللغة المستخدمة مثلت فصحى التراث أعلى نسبة بلغت (٧١,٤٪) .

(٥) أهم نتائج الدراسة الميدانية للجمهور السعودي والعربي المشاهد للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

١- حجم الجمهور السعودي والعربي المشاهد للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية :

أ - حجم الجمهور السعودي :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن الذكور السعوديين يفضلون القنوات ذات الطابع السياسي والإخباري ، ثم يفضلون القنوات ذات الطابع الثقافي ، ويمضي الذكور السعوديين من (ساعتين إلى ثلاث ساعات) في مشاهدة الفضائيات العربية ، أما القنوات المفضلة لديهم في البرامج الدينية فهي الشارقة ، ثم الجزيرة ، وتستغرق مدة مشاهدتهم للبرامج الدينية للغالبية منهم (ساعتان) فقط ، وأشكال البرامج المفضلة لديهم (الندوة بمشاركة جمهور على الهواء مباشرة ، ثم الحديث) .

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الاناث السعوديات يفضلن القنوات ذات الطابع السياسي والاخباري مثل : (الجزيرة ، والشرق الأوسط) ثم يفضلن القنوات ذات الطابع الثقافي والديني مثل : الشارقة الفضائية وقناة اقرأ الفضائية وأن الفترة الزمنية المستغرقة في مشاهدة القنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد من (ساعتان إلى ثلاث ساعات) عند الغالبية منهن ، أما القنوات الفضائية المفضلة لديهن في البرامج الدينية هي قناة الشارقة والشرق الأوسط والمنوعات في تلفزيون العرب ، وفترة مشاهدتهن للبرامج الدينية في اليوم الواحد أقل من ساعة ، وأشكال البرامج الدينية المفضلة (الحديث ، ثم الندوة) .

ب - حجم الجمهور العربي .

أشارت نتائج الدراسة إلى أن الذكور العرب يفضلون القنوات الفضائية العربية ذات الطابع السياسي والإخباري مثل : الجزيرة والشرق الأوسط ، ثم يفضلون القنوات ذات الطابع الترفيهي مثل :

مصر الفضائية ، ودبي الفضائية ، وتستغرق فترة مشاهدتهم للقنوات الفضائية في اليوم الواحد عند غالبيتهم من (ساعتين إلى ثلاث ساعات) ، والقنوات الفضائية المفضلة لديهم في البرامج الدينية قناة : الشارقة الفضائية ، ثم دبي ، ثم المنوعات ، وتستغرق مشاهدة البرامج الدينية في اليوم الواحد عند الغالبية مدة (ساعتان) ، وأشكال البرامج الدينية المفضلة لديهم (الندوة ، ثم الحديث ، ثم المقابلة) .

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الإناث العربيات يفضلن القنوات ذات الطابع الترفيهي ، ثم القنوات التي تهتم بالنواحي الإخبارية والسياسية ، وتستغرق مشاهدتهن لها في اليوم الواحد عند الغالبية منهن من (أربع إلى ثلاث ساعات) ، والقنوات الفضائية المفضلة لديهن في البرامج الدينية هي (الشارقة ، ثم الشرق الأوسط ، ثم المنوعات) ، وتستغرق فترة مشاهدتهن للبرامج الدينية في اليوم الواحد (أقل من ساعة) ، وأشكال البرامج الدينية المفضلة لديهن (الندوة بمشاركة جمهور على الهواء) .

٢- دوافع مشاهدة الجمهور السعودي والعربي عينة الدراسة للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

أ - دوافع الجمهور السعودي .

أشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم دوافع الذكور السعوديين هي : دافع الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا ، ثم دافع الحرص على زيادة الثقافة الدينية ، ثم دافع الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء مفيدة ، ثم دافع تقديم البرامج الدينية حلول لمشكلات اجتماعية ، وأشارت النتائج أيضًا إلى أن جميع الدوافع متقاربة في درجة الاهتمام بالنسبة للذكور والإناث السعوديين .

ب - دوافع الجمهور العربي .

أشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم دوافع الذكور والإناث العرب هي : دافع الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا ، ودافع الحرص على زيادة الثقافة الدينية ، ودافع الاهتمام بالإسلام والمسلمين ، ودافع الحاجة إلى الفقه في علوم الدين ، وأشارت النتائج هنا أيضًا أن جميع الدوافع متقاربة في درجة الاهتمام بالنسبة للذكور والإناث العرب .

٣ - إشباعات الجمهور السعودي والعربي عينة الدراسة من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

أ - إشباعات الجمهور السعودي .

أشارت نتائج الدراسة إلى أن مدى ما تحققه البرامج الدينية من حاجات لدى الذكور السعودين بلغ (٩٦,٧٪) ولدى الإناث السعوديات بلغ (٩٠٪) ، ولم تحقق أي حاجات للذكور السعوديين بلغ (٣,٣٪) وعند الإناث السعوديات بلغ ((١٠٪) ، وبالنسبة لمدى اعتماد الذكور السعوديين على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية بلغ (٨٠٪) ، وعند الإناث السعوديات بلغ (٨٣٪) ، وعدم اعتماد الذكور السعوديين على الفتاوى والأحكام الفقهية بلغ (٢٠٪) ، وعند الإناث السعوديات بلغ (١٧٪) ، كما أن برامج الفقه والفتاوى كانت من أنواع البرامج المفضلة لدى الذكور والإناث السعوديين ، أما الموضوعات العقدية والتعبدية كانت من أولويات الموضوعات المفضلة لدى الذكور والإناث السعوديين .

ب - إشباعات الجمهور العربي .

أشارت نتائج الدراسة إلى أن الحاجات المتحققة للذكور العرب من البرامج الدينية بلغت (٩٢٪) ، والحاجات المتحققة عند الإناث العربيات بلغت (١٠,٧٪) ، ولم تحقق أي حاجات لدى الذكور العرب بلغت (٨٪) ، وعند الإناث العربيات بلغت (٨٩,٣٪) ، ومدى اعتماد الذكور العرب على

الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية بلغ (٨٤٪) ، وعند الإناث العربيات بلغ (٨٢,٧٪) ، وعدم اعتماد الذكور العرب على الفتاوى والأحكام الفقهية في البرامج الدينية بلغ (١٦٪) ، وعند الإناث العربيات (١٧,٣٪) ، كما أن برامج الفقه والفتاوى جاءت في المرتبة الأولى لدى الذكور والإناث العرب بالنسبة لأنواع البرامج المفضلة ، وأن الموضوعات العقدية والتعبدية جاءت في المراتب الأولى من بين الموضوعات المفضلة لدى الذكور والاناث العرب – عينة الدراسة .

(٦) أهم نتائج العلاقات الارتباطية للدراستين : التحليلية والميدانية .

١- العلاقات الارتباطية في الدراسة التحليلية .

أ – وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين أنواع البرامج الدينية في قناة الشرق الأوسط وموضوعاتها ، ولم توجد علاقات ارتباطية بين بقية قنوات الدراسة .

ب – عدم وجود علاقة بين موضوعات البرامج الدينية في القنوات الفضائية – عينة الدراسة – والأفكار المثارة في موضوعاتها .

جـ- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين أنواع البرامج الدينية لقناتي : الشارقة والشرق الأوسط الفضائيتين والأهداف الموضوعة ، ولا توجد علاقة بين أنواع البرامج الدينية وبقية قنوات الدراسة .

د- عدم وجود علاقة ارتباطية بين أشكال البرامج الدينية في قنوات الدراسة وموضوعات البرامج الدينية فيها .

هـ- عدم وجود علاقة ارتباطية بين أشكال البرامج الدينية في قنوات الدراسة وأنواع البرامج الدينية فيها .

٢- العلاقات الارتباطية في الدراسة الميدانية .

أ – توجد علاقات ارتباطية إيجابية بين الحالة التعليمية للذكور العرب – عينة الدراسة – وحجم استخدامهم للقنوات الفضائية العربية .

ب - توجد علاقة إيجابية بين الفئات العمرية للإناث العربيات والذكور السعوديين - عينة الدراسة - ووقت مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، كما توجد علاقة إيجابية قوية بين فئات الحالة الاقتصادية للذكور السعوديين ووقت مشاهدة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، وهناك علاقة ارتباطية سلبية الاتجاه بين فئات الحالة التعليمية للذكور السعوديين ووقت مشاهدة البرامج الدينية .

جـ- توجد علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين برامج تفسير السنة ووقت مشاهدة الذكور السعوديين للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

د - توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين الموضوعات العقدية في البرامج الدينية ووقت مشاهدة الذكور السعوديين للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، كما توجد علاقة سلبية ضعيفة بين الموضوعات العقدية ووقت مشاهدة الذكور العرب للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، وتوجد أيضاً علاقة سلبية بين الموضوعات التعبدية ووقت مشاهدة الإناث العربيات للبرامج الدينية ، وتشير الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية أيضاً بين الموضوعات الثقافية ووقت مشاهدة الذكور السعوديين للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية .

هـ- أشارت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين مستوى الإشباع والسمات العامة للجمهور السعودي والعربي .

و- توجد علاقة سلبية ضعيفة بين الحاجات المتحققة للذكور العرب والفئات العمرية له ، كما توجد علاقة إيجابية ضعيفة بين الفئات العمرية للإناث العربيات والحاجات المتحققة لهن من البرامج الدينية ، وتوجد أيضاً علاقة إيجابية بين فئات الحالة الاقتصادية للإناث السعوديات والحاجات المتحققة لهن .

وقبل أن يختم الباحث هذه الدراسة يود أن يوصي باتخاذ عدد من الخطوات الإيجابية التي ستكون في تقديره لها أثر إيجابي في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية وهي الآتي :

(١) يجب أن يدرك القائمون على بث القنوات الفضائية العربية في أنهم مسؤولون أمام الله والأمة الاسلامية فيما يقومون به من بث للبرامج المختلفة ، والتي في غالبها خارجة عن تعاليم الإسلام ، وأن يلزموا موادهم الإعلامية بهدي الله وسنة نبيه ﴿ﷺ﴾ ، خاصة وأن غالبية المشاهدين العرب في شتى بقاع العالم هم مسلمون .

(٢) إعطاء الجانب الديني حقه من البث والتخطيط السليم لبرامجه ، فقد سجلت الدراسة على واقع البرامج الدينية ملاحظات سلبية كثيرة أهمها :

أ - عدم إعطاء المضمون الديني حقه من البث ، إذ إن هناك نقصاً واضحاً في نوعية الموضوعات المتناولة والأفكار المثارة فيه ؛ وهذا يشير الى تخطيط غير متوازن لهذا النوع من البرامج فيجب تغطية جوانب الدين كافة ويراعى شموليته في المضمون فلا يتم التركيز على موضوعات دون أخرى .

ب - النواحي الفنية للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية تكاد تكون مفقودة ، والاخراج فيها على وتيرة تقليدية ، والأشكال البرامجية للمضمون الديني واحدة خالية من الإبداعات الفنية ، وهذا يشير إلى إهمال واضح لهذا النوع من البرامج ، فالبرامج الدينية تستوعب لمحات فنية وإخراجية كثيرة منضبطة بتعاليم الإسلام الحنيف ، وهناك الكثير من المواد المصاحبة للبرامج الدينية السمعية والبصرية الخالية من الحضر الإسلامي فلماذا لاتستخدم ؟

جـ - أوقات بث البرامج الدينية غالبًا ما تكون في غير أوقات الذروة مثل : ساعات الصباح الأولى أو في أوقات الظهيرة ، بينما تحفل البرامج

الأخرى بأوقات الذروة ، وهذا الأمر ليس فيه انصاف ، على أقل تقدير هناك دراسات أجريت على أنواع البرامج المفضلة واحتلت فيها البرامج الدينية على مراتب متقدمة في الأفضلية ، فهناك حاجة للمسلم لمثل هذه البرامج الدينية لأن الدين هو الموجه الحقيقي لحركة الحياة عند المسلمين .

فيجب أن تأخذ البرامج الدينية موقعها على خريطة البث اليومي للقناة الفضائية في مواعيد الذروة .

د - يجب تأهيل «الكادر» الفني المختص بالبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية واعطاؤه دورات دينية وشرعية تساعده وتعينه على التخطيط السليم لمثل هذا النوع من البرامج يراعى فيه شمولية الدين ، فلا تقتصر البرامج على تناول الموضوعات العقدية فقط أو التعبدية ، بل تشمل العقدية والتعبدية ، والمعاملات ، والحدود ، والآداب والأخلاق ، والفكرية والثقافية ، والدعوية ، والارشادية ، وإعطاء هذه الموضوعات التوازن المطلوب لأن الدراسة التحليلية أثبتت غير ذلك وأشارت إلى خلل واضح وغير متوازن لهذا الأمر .

هـ- إن القنوات الفضائية العربية تخطت العوائق الجغرافية وأصبحت تبث برامجها إلى شتى بقاع الأرض ، وهناك أقليات إسلامية هي في أمس الحاجة لمثل هذه البرامج الدينية ، فيجب تلبية حاجات تلك الأقليات ، فالملاحظ على بعض برامج الفقه والفتاوى أن هناك كماً هائلاً من المتصلين بهذا النوع من البرامج يضيق معها وقت البرنامج ، فالساعة غير كافية للرد على مثل تلك الاتصالات ، وهنا يرى الباحث أن تكثيف مثل هذا النوع من البرامج مهم جداً مع مراعاة أوقات تلك الأقليات ، فيعطى لأوروبا توقيت مناسب لها ، ولأمريكا الشمالية والجنوبية أوقات مناسبة لها أيضا .

الملاحـــق

برامـج قنـاة الأردن الفضائيـة

توضح خريطة بث البرامج اليومية على قناة الأردن الفضائية الآتي :

في تمام الساعة ٤,٠٠ فجراً	القرآن الكريم + من فيض النبوة
وفي الساعة ٤,١٥	
وفي الساعة ٤,٣٠	فترات ترويح
وفي الساعة ٦,٣٠	يوم جديد
وفي الساعة ٧,٠٠	فترة الأطفال
وفي الساعة ٧,١٠	التدبير المنزلي
وفي الساعة ٨,٠٠	متعة الخياطة والتطريز
وفي الساعة ٩,٠٠	برنامج وثائقي
وفي الساعة ١٠,٠٠	مجلة التلتكست
وفي الساعة ١٠,٠٥	موجز الأخبار
وفي الساعة ١٠,١٠	استراحة - عرض البرامج
وفي الساعة ١٠,٣٠	عين على الطبيعة
وفي الساعة ١١,٠٠	الفضائية في أسبوع
وفي الساعة ١٢,٠٠	خليك معنا
وفي الساعة ١٣,٠٠	المسلسل التاريخي - قريش
وفي الساعة ١٣,١٥	نشرة الأخبار
	فترة الأطفال قاكور
وفي الساعة ١٤,٠٠	عودة فيري
وفي الساعة ١٤,٣٠	مختصر مفيد
وفي الساعة ١٥,٠٠	الزجل الشعبي
وفي الساعة ١٦,٠٠	موجز الأنباء
وفي الساعة ١٧,٠٠	المسلسل البدوي - العقاب والسفر
وفي الساعة ١٨,٠٠	أغاني في السباق
وفي الساعة ١٨,٤٠	الأخبار العربية الرئيسة

وفي الساعة ١٩,٠٠	عرض البرامج – نسمات أردنية
	مسلسل السهرة الاجتماعي
وفي الساعة ٢٠,٠٠	أم الكروم
وفي الساعة ٢١,٠٠	من عمان بصراحة
وفي الساعة ٢١,١٥	نشرة الأخبار الأخيرة
وفي الساعة ٢٢,٠٠	بوابة الغد
وفي الساعة ٢٣,٠٠	Faces & Places

برامج قناة المنوعات في تلفزيون العرب الفضائي .

تقدم قناة المنوعات على مدار الأربع والعشرين ساعة برامجها على النحو الآتي :

في تمام الساعة ٠٧,٠٠ صباحا	القرآن الكريم
وفي الساعة ٠٨,٠٠ صباحًا	ألو A R T
وفي الساعة ١٠,٠٠ صباحًا	مسلسل عربي
وفي الساعة ١١,٠٠ صباحًا	عالم حواء
وفي الساعة ١٣,٠٠	سيدتي الجميلة
وفي الساعة ١٤,٠٠	أجندة المنوعات
وفي الساعة ١٦,٠٠	غمِّض عين وفتِّح عين
وفي الساعة ١٩,٠٠	خليك معنا
وفي الساعة ٢١,٠٠	أجمل مافي باريس
وفي الساعة ٢٣,٠٠	منبر الشباب
وفي الساعة ٠٢,٠٠	سهرة ليالينا من دبي
وفي الساعة ٠٣,٠٠	الكلام الزين
وفي الساعة ٠٤,٣٠	بصراحة
وفي الساعة ٠٥,٠٠	الكلم الطيب

وفي الساعة ٠٦,٠٠ مسلسل ديني

وفي الساعة ٦,٠٠, موسوعة السنة النبوية

وفي الساعة ٠٧,٠٠ الموسوعة الصحية

عرض البرامج

برامج قناة الشرق الأوسط الفضائية

تقدم خريطة البث اليومي للبرامج في قناة الشرق الأوسط الآتي :

في الساعة ٢٤,٠٠	برنامج من هوليوود
وفي الساعة ٠١,٠٠	مسلسل مدبلج ألسا
وفي الساعة ٠١,٥٥	القرآن الكريم وختام البرامج
وفي الساعة ٠٨,٠٠	القرآن الكريم
وفي الساعة ٠٨,٠٥	دين ودنيا
وفي الساعة ٠٨,١٥	القمم في الإسلام
وفي الساعة ٠٨,٤٥	أسماء الله الحسنى
وفي الساعة ٠٩,٠٠	عالم الموضة
وفي الساعة ١٠,٠٠	مسلسل كوميدي – عفوا وظيفة هاشم
وفي الساعة ١١,٠٠	المسلسل العربي – ابن الطريق
وفي الساعة ١٢,٠٠	عناوين الأخبار
وفي الساعة ١٢,٠٥	عالم السباق
وفي الساعة ١٢,٣٥	كارتون
وفي الساعة ١٣,٠٠	الحياة على الإنترنت
وفي الساعة ١٣,٠٥	عناوين الأخبار
وفي الساعة ١٣,٣٠	الحياة على الإنترنت
وفي الساعة ١٤,٠٠	عناوين الأخبار

وفي الساعة ١٤,٠٥	المسلسل المدبلج : ألسا
وفي الساعة ١٥,٠٠	نشرة الأخبار والأحوال الجوية
وفي الساعة ١٥,٢٥	المسلسل العربي : شيء في صدري
وفي الساعة ١٦,٣٠	استراحة الجمعة
وفي الساعة ١٨,٠٠	نشرة الأخبار والأحوال الجوية
وفي الساعة ١٩,٠٠	أبجد هوز
وفي الساعة ٢٠,٠٠	فيلم عربي : تصريح بالقتل
وفي الساعة ٢٢,٠٠	نشرة الأخبار والأحوال الجوية
وفي الساعة ٢٢,٤٠	مسلسل كوميدي – القنفذ
وفي الساعة ٢٣,١٠	المسلسل المدبلج – قصة حب

برامج قناة الشارقة الفضائية

توضح خريطة بث البرامج اليومية على قناة الشارقة الفضائية الآتي :

في الساعة ٤,٠٠ عصراً	الحديث الديني ، ثم مسلسل الأطفال الكرتوني .
وفي الساعة ٤,٣٠ عصراً	فراشات المحبة أو علماء الإسلام أو مسابقة الكمبيوتر .
وفي الساعة ٥,٠٠ عصراً	سؤال وجواب أو مسابقة القرآن الكريم أو أجندة الصغير
وفي الساعة ٦,٠٠ مساءً	أو قضايا تربوية صحافة اليوم والإسلام ورحلة الكتابة
وفي الساعة ٦,٣٠ مساءً	العربية .
وفي الساعة ٧,٠٠ مساءً	إنما الأمم الأخلاق أو رحلة إلى الأعماق أو أوائل الطلبة .
وفي الساعة ٨,٠٠ مساءً	قبس من نور أو في مكتباتهم ، أو آيات لأولي الألباب .
وفي الساعة ٩,٣٠ مساءً	المسلسل العربي ثم الأخبار فالأخبار الرياضية .
وفي الساعة ١٠,٠٠ «	رسالة دكتوراه أو المجلة الثقافية .
وفي الساعة ١١,٠٠ «	المسلسل التاريخي
	الندوة الدينية أو قضية للحوار أو عيادة على الهواء أو
وفي الساعة ١٢,٠٠ «	قضايا تربوية أو نادي الأسرة .
وفي الساعة ٠١,٠٠ «	الأخبار
وفي الساعة ٠١,٣٠ «	تمثيلية عربية أو زمن الإبداع أو القضاء في البادية أو من نخائر الفكر الإسلامي .
وفي الساعة ٠٢,٣٠ «	القناة الدينية ، برامج موجهة بالفرنسية ثم ابلإنجليزية .
وفي الساعة ٠٣,٠٠ «	التجويد المرئي
وفي الساعة ٠٤,٠٠ «	القيم في الإسلام أو الآثار والفنون الإسلامية أو مجالس العلم أو ندوات محلية
وفي الساعة ٠٤,٣٠ فجراً	شعب الإيمان
وفي الساعة ٠٦,٠٠ صباحاً	القرآن الكريم
وفي الساعة ٠٧,٠٠صباحاً	البرامج الموجهة بالفارسية
وفي الساعة ٠٧,٣٠ صباحاً	قصص الأنبياء أو مسابقة القرآن الكريم أو علماء الإسلام .

وفي الساعة ٠٨,٠٠ صباحًا ابتهالات ثم الحديث الديني للشيخ الشعراوي أو موسوعة السنة النبوية «قيم وآداب» .

وفي الساعة ٠٩,٠٠ صباحًا المسلسل التاريخي

وفي الساعة ١٠,٠٠ صباحًا آيات لأولى الألباب أو ندوة دينية أو الأدب الإسلامي أو

وفي الساعة ١٠,٣٠ صباحًا رؤى حضارية .

وفي الساعة ١١,٣٠ صباحًا القرآن الكريم .

وفي الساعة ١٢,٠٠ صباحًا الحديث النبوي .

وفي الساعة ٠١,٠٠ ظهرًا نادي الأطفال أو برنامج تعليمي أو أجمل حكايات العالم .

(استمارة تحليل البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية)

(١) اسم القناة التلفزيونية الفضائية العربية :

١	الشارقة
٢	الأردن
٣	المنوعات
٤	الشرق الأوسط

اسـم البرنامـج :

رقم الاستمارة : ....

رقم الشـريط : ....

(٢) الوقت :

تاريخ إذاعة البرنامج الديني

١	٢	٣	٤	٥
٥ – ١٢ ص	١٢ – ٤ ظ	٤ – ٨ م	٨ – ٢ م	٢ – ٥ ص

الدقيقة / الساعة (م/ص) اليوم / الشهر / السنة

....

نـوع البرنامـج الديـني		
– تعليم القرآن الكريم .		(١)
– تفسير القرآن الكريم .		(٢)
– السنة النبوية وتفسيرها .		(٣)
– الفقه والفتاوي .		(٤)
– تربوي واجتماعي .		(٥)
– علمي تثقيفي .		(٦)
– السير والتاريخ والشخصيات		(٧)
– أخرى .		(٨)

المدة الزمنية للبرنامج الديني		(٩)
(٥) دقائق إلى (١٤) دقيقة		(١)
(١٥) دقيقة إلى (٢٩) دقيقة		(٢)
(٣٠) دقيقة إلى (٤٤) دقيقة		(٣)
(٤٥) دقيقة إلى (٥٩) دقيقة		(٤)
ساعة فأكثر		(٥)

الموضوعات الرئيسة في البرنامج الديني		
– عقائدي		(١٠)
– عبادات		(١١)
– معاملات وحدود		(١٢)
– آداب وأخلاق وقيم		(١٣)
– دعوية وإرشادية		(١٤)
– فكرية		(١٥)
– علمية ثقافية		(١٦)

الأفكار الفرعية
في كل موضوع من الموضوعات الرئيسة

	الأفكار الفرعية		
عقائد	– الإيمان بالغيب .		(١٧)
	– الإيمان بالله سبحانه وتعالى .		(١٨)
	– الإيمان بالملائكة .		(١٩)
	– الإيمان بالكتب .		(٢٠)
	– الإيمان بالرسل .		(٢١)
	– الإيمان باليوم الآخر .		(٢٢)
	– الإيمان بالقدر خيره وشره .		(٢٣)
	– أخرى .		(٢٤)
عبادات	– الطهارة .		(٢٥)
	– الصلاة .		(٢٦)
	– الزكاة .		(٢٧)
	– الصوم .		(٢٨)
	– الحج .		(٢٩)
	– العمرة .		(٣٠)
	– الدعاء .		(٣١)
	– أخرى .		(٣٢)
معاملات وحدود	– البيوع .		(٣٣)
	– الوصايا .		(٣٤)
	– الفرائض .		(٣٥)
	– النكاح .		(٣٦)
	– الطلاق .		(٣٧)
	– اللعان .		(٣٨)
	– الرضاع .		(٣٩)
	– القصاص .		(٤٠)

	الأفكار الفرعية		
معاملات وحدود	– الإيمان والنذر		(٤١)
	– الأطعمة		(٤٢)
	– الأشربة		(٤٣)
	– اللباس		(٤٤)
	– الجهاد		(٤٥)
	– العتق		(٤٦)
	– الحدود		(٤٧)
أخلاق وقيم وآداب	– الصدق		(٤٨)
	– الأمانة		(٤٩)
	– الإيثار		(٥٠)
	– الإحسان		(٥١)
	– الحياء		(٥٢)
	– الصبر		(٥٣)
	– العدل		(٥٤)
	– الرحمة		(٥٥)
	– الجود		(٥٦)
	– النصح		(٥٧)
	– الاستئذان		(٥٨)
	– أخرى		(٥٩)
دعوة وإرشاد	– الأمر بالمعروف		(٦٠)
	– النهي عن المنكر		(٦١)
فكرية	– سياسية		(٦٢)
	– اقتصادية		(٦٣)
	– اجتماعية		(٦٤)
	– أخرى		(٦٥)
ثقافية	– فنون الحضارة الإسلامية		(٦٦)
	– الآثار والأماكن الإسلامية		(٦٧)
	– تراث إسلامي (عادات وتقاليد)		(٦٨)
	– أخرى		(٦٩)
علمية	– علوم نظرية إسلامية		(٧٠)
	– علوم تطبيقية ذات طابع إسلامي		(٧١)

هدف موضوعات البرنامج الديني		
- تربوي		(٧٢)
- التعليم والتثقيف		(٧٣)
- الدعوة والإرشاد والوعظ		(٧٤)

أولوية مصادر الإستشهاد المستخدمة في البرنامج الديني	الترتيب حسب الأولوية (١-٦)	
- القرآن الكريم		(٧٧)
- السنة النبوية		(٧٨)
- أقوال العلماء والفقهاء		(٧٩)
- شواهد من الواقع		(٨٠)
- شواهد من التاريخ		(٨١)
- رأي شخصي		(٨٢)

شكل البرنامج الديني		(٨٣)
– حديث		(١)
– حديث إلى جمهور مستمع		(٢)
– حديث مباشر إلى جمهور مستمع		(٣)
– ندوة		(٤)
– ندوة بجمهور مستمع		(٥)
– ندوة بجمهور مستمع ومشارك في الاستديو أو على الهواء		(٦)
– مقابلة		(٧)
– مقابلة بحوار مفتوح مع الجمهور في الاستديو أو على الهواء مباشرة		(٨)
– مجلة		(٩)
– مسابقة		(١٠)
– برنامج وثائقي		(١١)
– مسلسل		(١٢)
– مواقف درامية		(١٣)
– تمثيلية		(١٤)
– فيلم		(١٥)
– قاص وقصة		(١٦)
– أخرى		(١٧)

اللغة المستخدمة في البرنامج الديني		
- فصحى التراث		
- الفصحى الميسرة		(٨٥)
- المختلطة		(٨٦)
- الغالبة		(٨٧)

المادة المصاحبة في البرنامج الديني		
١- مشهد تمثيلي		(٨٨)
٢- فيلم درامي		(٨٩)
٣- فيلم تسجيلي		(٩٠)
٤- فيلم علمي		(٩١)
٥- لقطات حية		(٩٢)
٦- كاريكاتير		(٩٣)
٧- صور		(٩٤)
٨- خرائط		(٩٥)
٩- أخرى		(٩٦)

اتجاه عرض البرنامج الديني		(٩٧)
- سلبي		(١)
- إيجابي		(٢)

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة
الإمام محمد بن سعود الإسلامية
كلية الدعوة والإعلام
قسم الإعلام

استبانة بحث لرسالة دكتوراه

بعنوان

« البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية »

إعداد الطالب

محمـــد علـــي هنديـــة

بسم الله الرحمن الرحيم

أخي المسلم   حفظك الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ..

وبعد ..

لقد أصبح الإنسان في المجتمع المسلم اليوم يتلقى ثقافته من مصادر مختلفة ، ومن تلك المصادر :(التلفزيون) ، فالتلفزيون اليوم بتعدد قنواته الفضائية يعرض الكثير من البرامج المتنوعة ، ومن تلك البرامج : البرامج الدينية .

وفي هذا البحث الموسوم بالبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية يقوم الباحث بدراسة تحليلية وتقويمية للبرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية .

والغرض من هذه (الاستبانة) التي بين يديك يهدف إلى معرفة رأي الجمهور السعودي والعربي في البرامج الدينية المقدمة من قنوات التلفزيون الفضائية العربية ، وما مدى اعتماده على تلك البرامج الدينية في تلقي ثقافته الدينية .

لذا فإن إجابتكم عن تساؤلات (الاستبانة) سوف تعود بعون الله تعالى بالنفع على بالبرامج الدينية المقدمة من تلك القنوات وعلى المجتمع المسلم إن شاء الله تعالى .

والله يحفظكم ويرعاكم ....

ملاحظة :

كتابة الاسم والعنوان اختياري .

الباحث

- ضع علامة (✓) في المربع المناسب :

- الجنسية : (١)

١- سعودية ☐

٢- غير سعودية ☐

- الجنس : (٢)

١- ذكر ☐

٢- أنثى ☐

- العمر : (٣)

١- من ٢٠ إلى ٢٩ سنة ☐

٢- من ٣٠ إلى ٣٩ سنة ☐

٣- من ٤٠ إلى ٤٩ سنة ☐

٤- من ٥٠ إلى ٥٩ سنة ☐

٥- من ٦٠ سنة فأكثر ☐

- الحالة الاقتصادية : (٤)

١- عالية ☐

٢- فوق المتوسطة ☐

٣- متوسطة ☐

٤- تحت المتوسطة ☐

٥- منخفضة ☐

- الحالة الاجتماعية : (٥)

١- متزوج ☐

٢- أعزب ☐

٣- مطلق ☐

٤- أرمل ☐

- الحالة التعليمية : (٦)

١- تعليم عالي (ماجستير - دكتوراه) ☐

٢- جامعي ☐

٣- ثانوي ☐

٤- متوسط ☐

٥- ابتدائي ☐

٦- يقرأ ويكتب ☐

٧- أمي (لايقرأ ولا يكتب) ☐

- المهنة : (٧)

١- طالب ☐

٢- وظيفة حكومية ☐

٣-وظيفة قطاع خاص ☐

٤- عمل حر ☐

- هل تشاهد قنوات التلفزيون الفضائية العربية ؟ (٨)

- ضع علامة (✓) داخل المربع الصحيح :

١- نعم ☐

٢- لا ☐

– ما القنوات التلفزيونية العربية الفضائية التي تفضل مشاهدتها أكثر ؟

« رتب بوضع أرقام حسب الأولوية لك »

١- أبو ظبي . ☐ (١)
٢- الأردن . ☐ (٢)
٣- البحرين . ☐ (٣)
٤- الجزيرة . ☐ (٤)
٥- دبي . ☐ (٥)
٦- عمان . ☐ (٦)
٧- تلفزيون العرب (A.R.T) قناة المنوعات . ☐ (٧)
٨- سورية . ☐ (٨)
٩- السودان . ☐ (٩)
١٠- الشارقة . ☐ (١٠)
١١- الشرق الأوسط (M.B.C) . ☐ (١١)
١٢- الكويت . ☐ (١٢)
١٣- اللبنانية (L.B.C) . ☐ (١٣)
١٤- المستقبل . ☐ (١٤)
١٥- المغرب الفضائية . ☐ (١٥)
١٦- مصر الفضائية . ☐ (١٦)
١٧- اليمن . ☐ (١٧)
١٨- عجمان . ☐ (١٨)
١٩- ليبيا . ☐ (١٩)
٢٠- اقرأ . ☐ (٢٠)
٢١- تونس . ☐ (٢١)
٢٢- أخرى حدد (   ) . ☐ (٢٢)

– كم من الوقت تمضيه في مشاهدة القنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد ؟ (٢٤)

« الأرقام تدل على عدد الساعات »

أقل من ساعة	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	أكثر من (٧) ساعات
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

– هل تشاهد البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية ؟ (٢٥)

– ضع علامة (✓) داخل المربع الصحيح :

١– نعم ☐ ١

٢– لا ☐ ٢

إذا كانت إجابتك (لا) إذهب إلى الأسئلة من (٢٦–٣٧) وإذا كانت (نعم إذهب إلى الأسئلة من (٣٨–٤٥) .

إذا كنت لا تشاهد البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية فما سبب ذلك ؟

١– قلة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية . ☐ (٢٦)

٢– وقت البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية غير مناسب ☐ (٢٧)

٣– الاقتصار على مشاهدة البرامج الدينية في التفزيون المحلي فقط . ☐ (٢٨)

٤– عدم تناولها لقضايا ومشكلات معاصرة تستحق المتابعة . ☐ (٢٩)

٥– عدم الثقة فيها في تلقي الثقافة الدينية . ☐ (٣٠)

٦– لا أحرص على تلقي ثقافتي الدينية منها بل من مصادر أخرى مختلفة . ☐ (٣١)

٧– أهتم بمشاهدة البرامج الأخرى غير الدينية . ☐ (٣٢)

٨– أخرى : ☐ (٣٣)

☐ (٣٤)

☐ (٣٥)

☐ (٣٦)

☐ (٣٧)

- إذا كنت تشاهد البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية فأي من القنوات الآتية تفضل برامجها الدينية ؟

« رتب حسب الأولوية بوضع أرقام تسلسلية في المربع »

١- تلفزيون الشارقة الفضائي . ☐ (٣٨)
٢- تلفزيون الأردن الفضائي . ☐ (٣٩)
٣- تلفزيون العرب القناة العامة (A.R.T) . ☐ (٤٠)
٤- تلفزيون الشرق الأوسط (M.B.C) . ☐ (٤١)
٥- أخرى حددها ☐ (٤٢)
٦- ☐ (٤٣)
٧- ☐ (٤٤)
٨- ☐ (٤٥)

- مامدة مشاهدة البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية السابقة في اليوم الواحد ؟ « **الأرقام تدل على الساعات** » ☐ (٤٦)

☐	☐	☐	☐	☐	☐
أقل من ساعة	٢	٣	٤	٥	أكثر من (**٥**) ساعات

- هل ترى أن تعدد القنوات الفضائية العربية يؤثر في حجم استخدامك أو (مشاهدتك) للبرامج الدينية ؟ (٤٧)

- ضع علامة (✓) داخل المربع الصحيح :

١- نعم ☐ ١
٢- لا ☐ ٢

- هل تزداد مشاهدتك للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية أم تتناقص ؟ (٤٨)

- ضع علامة (✓) داخل المربع الصحيح :

١- تزداد ☐ ١

٢- تتناقص ☐ ٢

إذا كانت إجابتك (تزداد) أجب عن الأسئلة الخاصة (بالزيادة) فقط .

وإذا كانت (تتناقص) أجب عن الأسئلة الخاصة (بالتناقص) فقط .

إذا كان استخدامك أو (مشاهدتك) تزيد ، فما سبب ذلك ؟

- ضع علامة (✓) أمام الإجابة التي تشير إلى سبب أو أكثر

١- لكثرة البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية . ☐ (٤٩)

٢- لتطور آداء البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية . ☐ (٥٠)

٣- للحاجة إليها في معرفة الأحكام الشرعية . ☐ (٥١)

٤- لزيادة ثقافتي ومعرفتي الدينية . ☐ (٥٢)

٥- لتقديمها حلولاً لمشكلات اجتماعية معاصرة . ☐ (٥٣)

٦- لأن بها فتاوى وأحكام قيمة . ☐ (٥٤)

٧- لتناولها قضايا معاصرة تهم الأمة الإسلامية . ☐ (٥٥)

٨- لاستضافتها لعلماء ومفكرين على مستوى عال . ☐ (٥٦)

٩- للهروب من برامج بعض القنوات الفضائية العربية الهابطة . ☐ (٥٧)

١٠- لاستغلال الوقت في شيء مفيد . ☐ (٥٨)

١١- للمشاركة في البرامج الدينية فأطرح فيها بعض الأسئلة على العلماء المشاركين . ☐ (٥٩)

١٢- أخرى .. اذكرها .. ☐ (٦٠)

١٣- ☐ (٦١)

١٤- ☐ (٦٢)

١٥- ☐ (٦٣)

إذا كان استخدامك أو (مشاهدتك) للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية تتناقص ، فما سبب ذلك ؟

- ضع علامة (✓) أمام الإجابة التي تشير إلى سبب أو أكثر

١- وقت البرنامج الديني لا يتناسب مع وقت فراغي . ☐ (٦٤)

٢- لا أثق في مصداقيتها . ☐ (٦٥)

٣- لا تهتم بقضايا إسلامية معاصرة وتناقشها . ☐ (٦٦)

٤- لاستضافتها لعلماء ومفكرين دون المستوى المطلوب . ☐ (٦٧)

٥- لا تقدم حلولاً كافية لبعض المشكلات الاجتماعية المعاصرة . ☐ (٦٨)

٦- لا أعتبرها مصدر من مصادر تلقي الثقافة الدينية . ☐ (٦٩)

٧- بسبب تقديم بعض الفضائيات العربية برامج منوعة مغرية . ☐ (٧٠)

٨- الاهتمام بالبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية دون المستوى المطلوب ☐ (٧١)

٩- أخرى .. اذكرها . ☐ (٧٢)

١٠- ☐ (٧٣)

١١- ☐ (٧٤)

١٢- ☐ (٧٥)

ما دوافع مشاهدتك للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ؟

- ضع علامة (✓) أمام الإجابة التي تشير إلى دافع أو أكثر

١- الحاجة إلى الفقه في علوم الدين . ☐ (٧٦)

٢- الحرص على زيادة ثقافتي الدينية . ☐ (٧٧)

٣- الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في بعض القضايا المستجدة . ☐ (٧٨)

٤- الاهتمام بالطروحات الفكرية التي تطرح في بعض القضايا الإسلامية . ☐ (٧٩)

٥- معرفة دور الحضارة الإسلامية في تقدم الإنسانية . ☐ (٨٠)

٦- الاهتمام بالإسلام والمسلمين . ☐ (٨١)

٧- الحرص على الاستماع للعلماء . ☐ (٨٢)

٨- الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء مفيدة . ☐ (٨٣)

٩- المشاركة في الحوارات المباشرة على الهواء في بعض البرامج الدينية لتقديم وجهة نظر أو لتصحيح رأي . ☐ (٨٤)

١٠-لتميز البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية عنها في التلفزيون المحلي . ☐ (٨٥)

١١- الاستماع إلى النصح والتوجيه والإرشاد في برامجها . ☐ (٨٦)

١٢- لأن برامجها تقدم لي حلولاً لمشكلات اجتماعية . ☐ (٨٧)

١٣- أخرى .. أذكرها . ☐ (٨٨)

١٤- ☐ (٨٩)

١٥- ☐ (٩٠)

١٦ ☐ (٩١)

إلى أي مدى حققت لك البرامج الدينية في القنوات الفضائية حاجاتك ؟ (٩٢)

- ضع علامة (✓) أمام الإجابة الصحيحة

(١)	(٢)	(٣)	(٤)
☐	☐	☐	☐
دائماً	أحياناً	نادراً	لم تحقق شيء

مامدى اعتمادك على الفتاوى والأحكام الفقهية التي تطرح في البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ؟ (٩٣)

- ضع علامة (✓) أمام الإجابة الصحيحة

هل تعتمد عليها ؟

(١)	(٢)	(٣)	(٤)
☐	☐	☐	☐
دائماً	أحياناً	نادراً	لا أعتمد عليها

إذا كنت لا تعتمد على الفتاوى والأحكام الفقهية المقدمة من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فما سبب ذلك ؟

١- بدون ذكر سبب . ☐ (٩٤)

٢- اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب . ☐ (٩٥)

٣- لمعرفة المشاهد بالأحكام والفتاوى التي يحتاجها . ☐ (٩٦)

٤- عدم الثقة في العلماء والمفكرين ضيوف البرامج الدينية . ☐ (٩٧)

إذا كنت تعتمد على الفتاوى والأحكام الفقهية المقدمة من البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، فما سبب ذلك ؟

١- بدون ذكر سبب . ☐ (٩٨)

٢- لعدم معرفتهم ببعض الأمور الدينية والفقهية . ☐ (٩٩)

٣- لاستضافتها العلماء على مستوى عال . ☐ (١٠٠)

٤- لديهم اطلاع بأحكام الشريعة الإسلامية . ☐ (١٠١)

ما أنواع البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية المفضلة لديك؟

« رتب حسب الأولوية بوضع أرقام تسلسلية في المربع »

١- تعليم القرآن الكريم وتجويده وتفسيره . ☐ (١٠٢)
٢- برامج تفسير السنة النبوية . ☐ (١٠٣)
٣- برامج الفقه والفتاوى . ☐ (١٠٤)
٤- برامج تربوية واجتماعية . ☐ (١٠٥)
٥- برامج ثقافية . ☐ (١٠٦)
٦- أخرى . ☐ (١٠٧)

ما الموضوعات الدينية المفضلة لديك عند مشاهدتك للبرامج الدينية ؟

« رتب حسب الأولوية بوضع أرقام تسلسلية في المربع »

١- موضوعات عقدية : ☐ (١٠٨)

مثل : (الإيمان بالله والكتب والملائكة والرسل والغيبيات .. إلخ ..)

٢- موضوعات تعبدية : ☐ (١٠٩)

مثل : (الصلاة - الصيام - الخ ..)

٣- موضوعات معاملات وحدود : ☐ (١١٠)

معاملات مثل : (البيوع - الوصايا - الفرائض - النكاح - الطلاق .. إلخ ..)
حـــدود مثل : (حد السرقة - حد القتل - حد الزنا - حد القذف .. إلخ ..)

٤- موضوعات الآداب والأخلاق . ☐ (١١١)

٥- الموضوعات الدعوية والإرشادية : ☐ (١١٢)

مثل : (الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ..)

٦- الموضوعات الفكرية . ☐ (١١٣)

٧- الموضوعات الثقافية . ☐ (١١٤)

٨- أخرى .. حددها . ☐ (١١٥)

٩- ☐ (١١٦)

ما شكل البرنامج الديني الذي تفضله في البرامج الدينية من بين الأشكال الآتية :

« رتب حسب الأولوية بوضع أرقام تسلسلية في المربع »

١- الحديث ☐ (١١٧)

٢- الندوة (وتشمل جمهوراً خارجياً مشاركاً على الهواء) . ☐ (١١٨)

٣- مقابلة . ☐ (١١٩)

٤- مجلة تلفزيونية . ☐ (١٢٠)

٥- مسابقة . ☐ (١٢١)

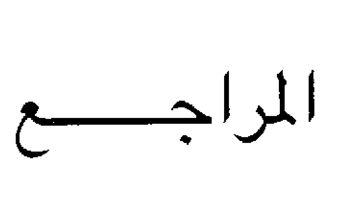
٦- مواقف درامية . ☐ (١٢٢)

٧- تمثيلية دينية . ☐ (١٢٣)

٨- مسلسل ديني . ☐ (١٢٤)

٩- فيلم ديني . ☐ (١٢٥)

١٠- أخرى .. حدد ☐ (١٢٦)


المراجع

المصادر والمراجع

يمكن تقسيم مراجع الدراسة على النحو الآتي :

أولاً : مصادر الدراسة :

(١) القرآن الكريم وكتب التفسير :

أ - القرآن العظيم .

ب - كتب التفسير .

١- فخر الدين الرازي ، التفسير الكبير ، ج٩ (لبنان : دار الفكر ، سنة ١٤٠١هـ) .

٢- محمد القرطبي ، الجامع لأحكام القرآن الكريم ، ج٤ (لبنان : دار الكتب العلمية ، سنة ١٤١٣هـ) .

(٢) كتب اللغة :

أ - أحمد بن فارس بن زكريا : معجم مقاييس اللغة ، تحقيق هارون ، ط ٣ (القاهرة : مكتبة الخانجي ، سنة ١٤٠٢هـ) .

ب - جمال الدين محمد بن منظور : لسان العرب (بيروت : دار صادر ، د . ت) .

جـ- مجمع اللغة العربية : المعجم الوسيط ، (القاهرة : دار الفكر ، سنة ١٩٩٠م) .

ثانيًا : الرسائل الجامعية :

(١) أحمد حسن محمد أحمد ، «البرامج الإسلامية في تلفاز المملكة العربية السعودية » ، (رسالة ماجستير ، قسم الإعلام ، المعهد العالي للدعوة الإسلامية ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، د . ت) .

(٢) أيمن حبيب ، « تأثير الشبكات والقنوات الفضائية التلفزيونية التي تستقبلها منطقة الخليج العربي على تطوير الخدمة الإخبارية في التلفزيون السعودي » ، (رسالة دكتوراه ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، سنة ١٩٩٧م) .

(٣) عبد الخالق عبد الوهاب ، « الإذاعة والتلفزيون في مجال الدعوة الاسلامية » ، (رسالة دكتوراه ، قسم الدعوة ، كلية أصول الدين ، جامعة الأزهر ، سنة ١٣٩٦هـ) .

(٤) عبد الخالق عبد الوهاب ، « البرنامج الديني الإذاعي وأثره في التوجيه » ، (رسالة ماجستير ، قسم الدعوة ، كلية أصول الدين ، جامعة الأزهر ، سنة ١٩٧٩م) .

(٥) علي شاهين ، « وسائل الدعوة في العصر الحديث » ، (رسالة دكتوراه ، قسم الدعوة ، كلية أصول الدين ، جامعة الأزهر ، سنة ١٤٠٦هـ) .

(٦) محمد الفيومي ، « صورة البث التلفزيوني المباشر لدى عينة من المدرسين والمدرسات والآباء والأمهات والوسائل الإرشادية لمواجهة الغزو » ،(رسالة ماجستير ، كلية التربية ، جامعة أم القرى ، سنة ١٩٩٢م) .

(٧) محي الدين عبد الحليم ، « الإعلام الديني وأثره في قياس الرأي العام » ، (رسالة دكتوره ، قسم الإذاعة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، سنة ١٩٧٩م) .

(٨) مساعد المحيا ، « دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع التي تحققه » ، (رسالة دكتوراه ، قسم الاعلام ، كلية الدعوة والإعلام ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، سنة ١٩٩٤م) .

(٩) ناصر الحميدي ، « البث التلفزيوني المباشر وتحدياته للتربية في المملكة العربية السعودية » (رسالة ماجستير ، كلية التربية ، جامعة أم القرى ، سنة ١٩٩٢م) .

(١٠) نوال عمر، « دور الإعلام الديني في تغيير قيم الأسرة الريفية والحضارية» ، (رسالة دكتوراه ، كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، سنة ١٩٨٤م) .

ثالثًا : الكتب والدوريات :

(١) إبراهيم الدعيلج ، البث المباشر الآثار والمواجهة تربويًا وإعلاميًا ، ط١ (مكة المكرمة : دار القبلة ، سنة ١٤١٥هـ) .

(٢) إبراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامي (القاهرة : دار الفكر العربي ، د.ت) .

(٣) إبراهيم إمام ، الاتجاهات الترفيهية للبرامج الإذاعية والتلفزيونية ، مجلة الفن الإذاعي ، العدد (٨٥) سنة ١٩٧٩م .

(٤) أحمد عبد الملك ، توصيف عام للقنوات الفضائية العربية ، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام والمعلوماتية بمعهد الدراسات الدبلوماسية ، الرياض ، (سنة ١٩٩٥م) .

(٥) الإمارات العربية المتحدة ، تلفزيون الشارقة الفضائي ، (الشارقة ، مركز تلفزيون الشارقة ، سنة ١٩٩٧م) .

(٦) أكرم طاشقندي وآخرون ، أصول علم النفس ، ط٢ (جدة : مكتبة دار زهران ، سنة ١٤١٥هـ) .

(٧) جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، سنة ١٩٧٨م) .

(٨) جون بيتنر ، الاتصال الجماهيري ، ترجمة : عمر الخطيب ، ط ١ (بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، سنة ١٩٨٧م) .

(٩) جهاز تلفزيون الخليج ، البيان الختامي لندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج ، (سنة ١٤٠٧هـ) .

(١٠) حامد عبد الواحد ، الإعلام في المجتمع الإسلامي ، إدارة الصحافة والنشر برابطة العالم الإسلامي : عدد ٢٣ ، (سنة ١٤٠٤هـ) .

(١١) حسن مكاوي ، استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان ، بحوث الاتصال ، كلية الإعلام ، القاهرة : عدد ٨ ، (سنة ١٩٩٢م) .

(١٢) حسين أمين ، الإرسال التلفزيوني وحقبة تعدد الاختيارات في عصر الأقمار الصناعية ، بحث مقدم للمؤتمر الدولي حول آفاق الإعلام الإذاعي والتلفزيوني في القرن الحادي والعشرين ، القاهرة ، (سنة ١٩٩٦م) .

(١٣) حمدي حسن ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، سنة ١٩٩١م) .

(١٤) حمدي قنديل ، التبادل التلفزيوني بالأقمار الصناعية ، جهاز تلفزيون الخليج ، الرياض : عدد ١١ ، (سنة ١٩٨٤م) .

(١٥) حمود البدر ، القنوات الفضائية ، إيجابيات مشاهدتها وسلبياتها ، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام والمعلوماتية بمعهد الدراسات الدبلوماسية ، الرياض ، (سنة ١٤١٦هـ) .

(١٦) خالد أبو الخير ، برامج الأحاديث الدينية التلفازية ، ط١ ، (جدة : دار المجتمع ، سنة ١٤٠٩هـ) .

(١٧) خير الدين الزركلي ، شبه الجزيرة العربية في عهد الملك عبد العزيز ، (بيروت : دار العلم ، سنة ١٩٩٢م)

(١٨) عبد الخالق عبد الوهاب ، دراسات إعلامية في البرامج التوجيهية ، بحث غير منشور .

(١٩) عبد الغني المقدسي ، عمدة الأحكام من كلام خير الأنام ، (الرياض : دار ابن خزيمة ، سنة ١٤٠٣هـ) .

(٢٠) عبد القادر طاش ، وآخرون ، البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج ، قسم الإعلام ، كلية الدعوة والإعلام ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، (سنة١٩٨٦م) .

(٢١) عبد القار طاش ، الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي ، ط١ (الرياض : مكتبة العبيكان ، سنة ١٤١٦هـ) .

(٢٢) عبد اللطيف حمزة ، الإعلام في صدر الإسلام (القاهرة : دار الفكر العربي ، سنة ١٩٧٨م) .

(٢٣) عبد الله موسى ، المدخل إلى علم النفس ، ط١ ، (القاهرة : بدون ، سنة ١٩٨٤م) .

(٢٤) عـزت الطويل ، علي عـبـد السـلام ، علم النفس العـام (الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، سنة ١٩٩١م) .

(٢٥) مسـاعد العرابي الحارثي ، البث المباشر حرب بالكلمة والصـوت والصـورة ، المجلة العربية عدد (١٧٥).

(٢٦) سعـود دهلوي ، ندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج (الرياض : جهاز تلفزيون الخليج ، سنة ١٤٠٧هـ) .

(٢٧) سعـيد بن ثابت ، الحرية الإعلاميـة في ضـوء الإسـلام ، (الرياض : دار عـالم الكتب ، سنة ١٤١٢هـ) .

(٢٨) سليمـان الحقيل ، سياسـة التعليم في المملكة العربيـة السعودية ، (الرياض : مطابع الفرزدق ، سنة ١٤١٢هـ) .

(٢٩) سوسن نايف : مجلة البحوث ، آراء المستمعين والمشاهدين بالبرامـج الإذاعيـة والتلفزيونـية في السعودية : عدد ١٤ ، بغداد ، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين (١٩٨٥م) .

(٣٠) ســهـير جـاد ، عبـد العـزيز شـرف ، البـرامج التلفـزيونيـة والإعـلام الثـقـافي (القاهرة : الهيئة العامة للكتاب ، سنة ١٩٨٧م) .

(٣١) سيد محمد ساداتي ، البرامج الإعلاميـة بين الواقع والأمل ، ط١ ، (الرياض : دار عالم الكتب ، سنة ١٤٠٧هـ) .

(٣٢) شبكة راديو وتلفزيون العرب ، قناة المنوعـات ، (القاهرة : مركز قناة المنوعات ، سنة ١٩٩٨م) .

(٣٣) صـالح العـسـاف ، المدخل إلى البـحث في العلوم السلوكـيـة ، (الرياض : العبيكان للطباعة ، ١٤٠٩هـ) .

(٣٤) طلعت منصـور وآخرون ، أسس علم النفس العام ، (القاهرة : مكتبة الأنجلو ، سنة ١٩٧٨م) .

(٣٥) فـاروق جراد ، الإذاعة والتلفزيون في الأردن ، (عمـان : المجمـع الملكي لبـحـوث الحضارة الإسلامية ، سنة ١٤١٨هـ) .

(٣٦) ماجـــي حلواني ، الإعلام الإسلامي ، التحديات والمواجهة ، ط١ (جدة : مكتبة مصباح ، سنة ١٤١١هـ) .

(٣٧) مـحـروس عـبـد الوهاب ، البـرامـج الدينيـة في الإذاعـات الموجـهـة ، مـجلة الفن الإذاعي ، القاهرة ، عدد ١ ، (سنة١٩٨٥م) .

(٣٨) محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط١(القاهرة : دار عالم الكتب ، سنة ١٩٩٧م) .

(٣٩) محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، ط١ ، (مكة المكرمة : مكتبة الفيصلية ، سنة ١٩٨٧م) .

(٤٠) مـحـمـد عبده يماني ، السـياسـة الإعلامـية في المملكة العربيـة السـعودية ، (الرياض : مطابع الفرزدق سنة ١٤١٢هـ) .

(٤١) مـحـمـد بن عـبـد الرحـمن الخـصـيف ، كـيف تؤثر وسـائل الإعـلام ، دراسـة في النظريات والأساليب ، ط١ (الرياض : مكتبة العبيكان ، سنة ١٤١٥هـ) .

(٤٢) مـحـمد عـثـمـان نجـاتي ، علم النفس في حيـاتنا اليـومـيـة ، ط٥ (القـاهرة : دار النهضة العربية ، سنة ١٩٦٦م) .

(٤٣) محمد بن سعود البشر ، مقدمة في الاتصال السياسي ، ط١(الرياض : مكتبة العبيكان ، سنة ١٤١٨هـ) .

(٤٤) مـحـمـد السـمـاك ، الإعـلام الديني في الشـرق الأوسط ، مـجلة الدراسـات الإعلامية ، القاهرة ، عدد ٦٦ ، (سنة ١٩٩٢م) .

(٤٥) محمد محمود محمد ، علم النفس المعاصر في ضوء الإسلام ، ط١(جدة : دار الشروق ، سنة ١٩٨٤م) .

(٤٦) مـحـمـود مـحـمـد سـفـر ، الإعـلام مـوقـــف ، ط١(جـدة : مكتـبـة تـهـامـة ، سنة ١٤٠٢هـ) .

(٤٧) محي الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية (القاهرة : مكتبة الخانجي سنة ١٤٠٠هـ).

(٤٨) مركز تلفزيون الشرق الأوسط ، تلفزيون الشرق الأوسط (لندن : سنة ١٩٩٨م) .

(٤٩) مليحة مسعود ، مجلة البحوث : عدد (٢٦) ، بغداد ، المركز العربي لبحوث المستمعين المشاهدين ، (سنة ١٩٨٦م) .

(٥٠) المملكة الأردنية الهاشمية ، مؤسسة تلفزيون المملكة الأردنية ، القناة الفضائية الأردنية ، (عمان : سنة (١٩٩٧م) .

(٥١) نبيل السمالوطي ، الإسلام وقضايا علم النفس الحديث ، (جدة : دار الشروق ، سنة ١٤٠٠هـ) .

(٥٢) نواف عدوان ، مجلة البحوث ، نحو تصنيف عربي موحد في البرامج التلفزيونية ، بغداد ، عدد (٢) المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين ، (سنة١٩٨١م) .

(٥٣) نواف عدوان « بحوث المستمعين والمشاهدين » مجلة البحوث ، بغداد ، عدد (٢٣) المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين (سنة ١٩٨٨م) .

(٥٤) يوسف مرزوق ، حرفية الفن الإذاعي ، (القاهرة : مكتبة الأنجلو ، سنة ١٩٨٦م) .

المراجع الأجنبية

(1) Compesi,R.J. " gratification of doytime Tvserial vew ers " Juornalism Quarterly (spring, 1980) .

(2) Lull,t " the social uses of television " In Lindlof & traudt, Human communication Research (No. 3, Vol. 6. spring 1980).

(3) Ronald E.Rice, the new media- communiction research and technology, (London : Beverly Hills Delhi, 1985).

(4) Rubin, A.M. " Telvison use by children and Adoles centss" Human communication research (5, Feb . 1979) .

(5) werner J.& Jamesw, communication thearies: origins , methods, and uses in the mass media. 3nd ed (New York : Hostings House, 1982).

(6) Wright C.R, " Functional Analysis and mass Commu niction " Public Opnion Quarterly 24 (1960) .

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
كلية الدعوة والإعلام
قسم الإعلام



البرامج الدينية
في قنوات التلفزيون الفضائية العربية

« دراسة تحليلية ميدانية تقويمية على عينة من البرامج الدينية والجمهور السعودي والعربي »

رسالة مقدمة لنيل درجة «الدكتوراه» في الإعلام

إعداد
الطالب / محمد بن علي هندية

إشراف
الدكتور / سعيد بن علي ثابت
الأستاذ المشارك بقسم الإعلام

العام الجامعي
١٤٢٣هـ - ١٤٢٤هـ

بسم الله الرحمن الرحيم

محتويـات البحث

محتويات البحث

محتويـات البحث

الموضـــــوع | الصفحـــة

محتويات البحث

الموضـــــوع | الصفحــة

محتويــات البحث

الموضـــــوع | الصفحـــة

محتويات البحث

الصفحة	الموضـــــوع

محتويات البحث

شكر وعرفان

إن الحمد والشكر لله وحده . الذي أنعم علينا بنعم كثيرة ، ومنها هذا البحث ، ثم الشكر والعرفان لوالدي الكريمين اللذين أحسنا تربيتي وتعليمي ، ثم لمشرفي وشيخي فضيلة الدكتور / سعيد بن علي ثابت الذي أعطاني الكثير من وقته وجهده إلى أن تم بحمد الله ظهور هذا البحث إلى حيز الوجود ،

« جعل الله ذلك في ميزان حسناته .. وأثابه خير الجزاء »...

كما أخص بالشكر والعرفان جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، وكلية الدعوة والإعلام فيها التي أدين لها بالفضل بعد الله سبحانه وتعالى في إخراج هذا البحث الذي أرجو أن يعم نفعه القنوات الفضائية العربية ومجتمعنا المسلم ، وأخص بالشكر أيضاً قسم الإعلام بالجامعة الذي منحني فرصة إجراء هذه الدراسة ، وأعضاء هيئته التدريسية الذين ساعدوني بتقديم النصح والتوجيه العلمي ، وأشكر أيضاً كل من وقف خلفي وساعدني في رحلتي العلمية .

كما أتوجه بالشكر للمؤسسات العامة والخاصة على تعبئة استمارتي الدراسة ، وإلى أساتذة الإعلام في أقسام الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وجامعة الملك سعود ، وجامعة أم القرى على تحكيم استمارتي الدراسة .

ولله الحمد والمنة .

الباحث

مقدمة عامة :

إن الحمد لله ، نحمده ونستعينه ونستغفره ، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا ، من يهده الله فلا مضل له ، ومن يضلل فلا هادي له .

وأشهد أن لا إله إلا الله ، وحده لاشريك له ، وأشهد أن محمداً عبده ورسوله (١) .

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تُقَاتِهِ وَلا تَمُوتُنَّ إِلاَّ وَأَنتُم مُّسْلِمُونَ ﴾ (٢) .

﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُم مِّن نَّفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالاً كَثِيراً وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴾ (٣) .

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلاً سَدِيدًا (٧٠) يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَن يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا (٧١) ﴾ (٤) .

والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وعلى آله وصحبه أجمعين ، الذي بلغ الرسالة وأحسن الاتصال بالناس ، واستخدم في دعوته وسائل الاتصال التقليدية المتاحة في ذلك العصر ، إلا أن عصرنا الحاضر قد أفرز وسائل اتصال حديثة أهمها التلفزيون الذي يُعدُّ في وقتنا الحاضر من أهم وسائل الإعلام المستخدمة من قبل الجمهور ، خاصة في هذه الحقبة التي شهد فيها تطوراً كبيراً أفرزته تقنيات البث المباشر للقنوات التلفزيونية التي تخطت به الحدود الجغرافية والسياسية ، وأصبحت تبث أنواعًا من البرامج المختلفة يشاهدها الكثير في مجتمعنا المسلم ، ومن بين تلك البرامج : البرامج الدينية .

---

(١) بهذه المقدمة كان يفتتح الرسول (ﷺ) خطبه ، سماها العلماء خطبة الحاجة ، وقد أخرجها الحاكم ، في المستدرك على الصحيحين ، ج ٢ (بيروت : دار الكتاب العربي ، د . ت) ص ١٨٢ – ١٨٣ .

(٢) سورة آل عمران : الآية ، ١٠٢ .

(٣) سورة النساء : الآية ، ١ .

(٤) سورة الأحزاب : الآيتان ٧٠ – ٧١ .

إن قنوات التلفزيون الفضائية العربية وضعت في حسابها أن المجتمع الذي تبث له برامجها مجتمع مسلم له خصائصه ويعتز بقيمه وآدابه ، لذلك وضعت أغلب القنوات الفضائية العربية البرامج الدينية على خرائط برامجها كنوع يلبي بعضاً من احتياجات الجمهور الذي يتسم مع طبيعة ملامحه الإسلامية ، إلا أن الباحث رأى أن هناك قصوراً – بعد دراسة استكشافية على برامجها – في أدائها الأمر الذي دفعه لإجراء دراسة على واقعها ، خاصة وأن الجمهور المشاهد لها يتلقى بعضاً من المعرفة الدينية منها ، لذا فإن القيام بدراسة واقع البرامج الدينية من حَيث المضمون والأشكال الفنية لتلك البرامج ، وكذلك دراسة الجمهور المشاهد لها ، سوف يعطي – بإذن الله تعالى – تصوراً حقيقيًا لجدوى بث هذا النوع من البرامج الدينية ، ومعرفة مدى استفادة الجمهور منها ، كما سيساعد هذا التقويم – بإذن الله تعالى – على رفع كفاءة أدائها وتحسين برامجها إلى الأفضل ، وتعود الفائدة – بإذن الله تعالى – على مجتمعنا المسلم من ناحية ، وعلى القنوات الفضائية العربية التي سوف تستفيد من مثل هذه الدراسات .

لذلك فإن المحاور الرئيسة التي تتضمنها هذه الدراسة هي: القيام بتحليل مضمون البرامج الدينية في بعض القنوات الفضائية العربية من حيث : أنواع البرامج الدينية ، والموضوعات المتناولة فيها ، ومصادر الاستشهاد المستخدمة فيها ، والأهداف التي تسعى إليها ، والاتجاهات السلبية والإيجابية في برامجها ، وأيضاً أشكالها البرامجية .

كما أن الدراسة لم تغفل الجمهور المشاهد لتلك البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، لذلك تناولت الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية المشاهد للبرامج الدينية في تلك القنوات ، وتحاول الدراسة أيضاً معرفة حجم ذلك الجمهور ، وأنماط مشاهدته لتلك البرامج الدينية ودوافع مشاهدته ، وما مدى الإشباع الذي حققته تلك البرامج للمشاهد السعودي والعربي (عينة الدراسة) .

ولا شك أن كل ماسبق أن تناولته الدراسة حول واقع البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، والإشباعات التي حققتها تلك البرامج الدينية للجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية سوف يثري -بإذن الله تعالى- الجوانب الميدانية في الإعلام الإسلامي الذي يحتاج إلى الكثير من الدراسات الميدانية لتحسين أدائه .